

T.C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ BİLİM DALI

ALTERNATİF TURİZM ÇEŞİTLİLİĞİ
KAZANDIRMAK AMACI İLE GÖNÜLLÜ TURİZM:
TÜRKİYE UYGULAMASI

Abdullah TARINÇ

DOKTORA TEZİ

Danışman
Doç. Dr. Ceyhun Çağlar KILINÇ

Konya 2019



T. C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



Bilimsel Etik Sayfası

Öğrencinin

Adı Soyadı	Abdullah TARINÇ		
Numarası	154160001002		
Ana Bilim / Bilim Dalı	Turizm İşletmeciliği / Turizm İşletmeciliği		
Programı	Tezli Yüksek Lisans ☐	Doktora	☒
Tezin Adı	Alternatif Turizm Çeşitliliği Kazandırmak Amacı İle Gönüllü Turizm: Türkiye Uygulaması		

Bu tezin proje safhasından sonuçlanmasına kadarki bütün süreçlerde bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle riayet edildiğini, tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel kurallara uygun olarak atıf yapıldığını bildiririm.

Öğrencinin imzası
(İmza)



T. C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



Doktora Tezi Kabul Formu

Öğrencinin	Adı Soyadı	Abdullah TARINÇ		
	Numarası	154160001002		
	Ana Bilim / Bilim Dalı	Turizm İşletmeciliği / Turizm İşletmeciliği		
	Programı	Tezli Yüksek Lisans ☐	Doktora	☒
	Tez Danışmanı	Doç. Dr. Ceyhun Çağlar KILINÇ		
	Tezin Adı	Alternatif Turizm Çeşitliliği Kazandırmak Amacı İle Gönüllü Turizm: Türkiye Uygulaması		

Yukarıda adı geçen öğrenci tarafından hazırlanan Alternatif Turizm Çeşitliliği Kazandırmak Amacı İle Gönüllü Turizm: Türkiye Uygulaması başlıklı bu çalışma 29/05/2019 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda oybirliği/oyçokluğu ile başarılı bulunarak, jürimiz tarafından yüksek lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Ünvanı, Adı Soyadı	Danışman ve Üyeler	İmza
Doç. Dr. Ceyhun Çağlar KILINÇ	Danışman	
Prof. Dr. Mete SEZGİN	Üye	
Dr. Öğr. Üyesi Alper ATEŞ	Üye	
Doç. Dr. Üyesi Halil AKMEŞE	Üye	
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa Cüneyt ŞAPCILAR	Üye	

ÖNSÖZ

Günümüzde dünya ekonomisi açısından bakıldığında turizm en önemli sektörlerden birisidir. Genel olarak Türkiye'ye gelen turist sayısına bakıldığında önemli bir artış söz konusudur. Ancak turist sayısındaki bu artışın turizm gelirlerine tam olarak yansıdığı söylenemez. Turizm gelirlerini arttırmak isteyen ülkeler alternatif turizm çeşitlerine yönelmektedir. Bu bağlamda gelişmiş ülkelerde başarılı bir şekilde uygulanan gönüllü turizm çalışmanın özünü oluşturmaktadır. Bu çalışma, Türkiye'de yaşayan insanların gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri ile motivasyonları arasındaki ilişkileri belirlemeye yönelik yapılmıştır. Yapılan bu çalışmanın turizm literatürüne önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir.

Eğitim ve Öğretim hayatım boyunca tanıdığım başta ilkokul öğretmenim Betül DEMİR olmak üzere, emeği geçen bütün öğretmenlerime;

Tez izleme komitemde yer alarak, değerli görüş ve önerileriyle çalışmaya sağladığı katkılarından dolayı Prof. Dr. Mete SEZGİN'e ve Dr. Öğr. Üyesi Alper ATEŞ'e;

Bu çalışma öncesinde ve sürecinde hiçbir zaman yardımını esirgemeyen değerli hocam Doç. Dr. Ceyhun Çağlar KILINÇ'a;

Hayatın bütün zorluklarına rağmen büyük emek ve fedakârlıkları ile bugünlere ulaşmamı sağlayan canım Annem ve Babama;

Her zaman yanımda olan ve hayatım boyunca yanımda olacak Canım Eşime;

Hayatıma yeni bir anlam katan canım oğlum ARDA'ya;

Sonsuz teşekkürler ve sevgiler...

Mayıs, 2019

Abdullah TARINÇ



T. C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



Öğrencinin	Adı Soyadı	Abdullah TARINÇ		
	Numarası	154160001002		
	Ana Bilim / Bilim Dalı	Turizm İşletmeciliği / Turizm İşletmeciliği		
	Programı	Tezli Yüksek Lisans ☐	Doktora	☐
	Tez Danışmanı	Doç. Dr. Ceyhun Çağlar KILINÇ		
	Tezin Adı	Alternatif Turizm Çeşitliliği Kazandırmak Amacı İle Gönüllü Turizm: Türkiye Uygulaması		

ÖZET

Gönüllü turizm; çevresel, kültürel veya insani konular hakkında endişe duyan ve sadece turistlere değil, aynı zamanda yerli halka da fayda sağlamayı amaçlayan gönüllü hizmetler içeren bir turizm faaliyetidir. Bu çalışmayla, Türkiye’de yaşayan insanların gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri ile motivasyonları arasındaki ilişkilerin ortaya konulması amaçlanmıştır. Ayrıca Türkiye’de yaşayan insanların gönüllü turizm ile ilgili bilgilerini, eğilimlerini ve bakış açılarını öğrenerek mevcut durum hakkında bilgi sahibi olmak ve Türkiye’de alternatif turizm çeşidi olarak gönüllü turizmin uygulanabilirliğini ölçmek çalışmanın diğer alt amaçlarıdır. İlişkisel tarama modelinin kullanıldığı bu çalışmada, DPT’nin istatistiki bölge birimleri sınıflandırmasında yer alan 12 bölgede 1226 kişiden anket aracılığı ile elde edilen veriler t-Testi, ANOVA, Pearson korelasyon analizi ve çoklu doğrusal regresyon analizleri ile incelenmiştir. Araştırmadan elde edilen bulgular; kendini geliştirme, fedakârlık, özerklik ve ilişki, değerler ve kendini gerçekleştirme olmak üzere beş motivasyon boyutunun varlığını ortaya koymuştur. Gönüllü turizme yönelik katılım eğilimlerinin ve motivasyonların demografik değişkenler açısından farklılıklar gösterdiği tespit edilmiştir. Gönüllü turizme yönelik motivasyonlar ile katılım eğilimleri arasında orta düzeyde bir ilişki söz konusudur. Ayrıca motivasyon boyutlarından olan kendini geliştirme ve kendini gerçekleştirme, gönüllü turizme yönelik katılım eğilimlerinin önemli açıklayıcıları olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırma bulguları birlikte değerlendirildiğinde, Türkiye’de gönüllü turizmin uygulanmasına yönelik önemli bir potansiyelin bulunduğu söylenebilir. Araştırmadan elde edilen sonuçlar, özellikle Türkiye’de yaşayan insanların gönüllü turizm faaliyetlerine katılmalarını sağlayacak motivasyonların belirlenmesi açısından önemli ipuçları sağlayabilecektir. Bu sonuçlar çerçevesinde, Türkiye’de turizmin geliştirilmesine önemli bir katkı sağlayacağı düşünülen gönüllü turizm uygulamalarına yönelik öneriler sunulmuştur.

Anahtar kelimeler: Gönüllü Turizm, Alternatif Turizm, Katılım Eğilimleri, Motivasyon





T. C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



Öğrencinin	Adı Soyadı	Abdullah TARINÇ			
	Numarası	154160001002			
	Ana Bilim / Bilim Dalı	Turizm İşletmeciliği / Turizm İşletmeciliği			
	Programı	Tezli Yüksek Lisans	☐	Doktora	☐
	Tez Danışmanı	Doç. Dr. Ceyhun Çağlar KILINÇ			
	Tezin İngilizce Adı	Volunteer Tourism with the Aim of Provide Alternative Tourism Diversity: An Implication for Turkey			

SUMMARY

Volunteer tourism is a tourism activity involving volunteer services that concern environmental, cultural or humanitarian issues and aim to benefit not only tourists but also indigenous people. The aim of this study is to present the relations between the participation tendencies and motivations of the people living in Turkey towards volunteer tourism. In addition, by learning about the knowledge, tendencies and perspectives of the people living in Turkey about volunteer tourism, the aim of the study is to have knowledge about the current situation and to measure the applicability of volunteer tourism as an alternative type of tourism in Turkey. In this study, using the relational survey model, the data obtained from 1226 people in 12 regions in the SPO's statistical district units classification were analyzed by t-Test, ANOVA, Pearson correlation analysis and multiple linear regression analyzes. Findings obtained from the research; It has revealed the existence of five motivational dimensions; self-development, altruism, autonomy and relationship, values and self-realization. Volunteer participation of the tendency for tourism and motivation has been found to vary in terms of demographic variables. Volunteer participation by a moderate correlation between trends motivations for tourism is concerned. In addition, it has been concluded that the motivation dimension of self-improvement and self-realization and participation tendencies towards volunteer tourism are important explanatory factors. When the research findings are evaluated

together, it can be said that there is an important potential for the implementation of volunteer tourism in Turkey. The results obtained from this study may provide important clues, especially in terms of determining the motivation to enable them to participate in volunteer tourism activities people living in Turkey. Within these results, proposals for the envisaged volunteer tourism practices will make a significant contribution to the development of tourism in Turkey is presented.

Keywords: Volunteer Tourism, Alternative Tourism, Participation Trends, Motivation



KISALTMALAR VE SİMGELER

ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
AGFI	: Adjusted Goodness of Fit Index
AIC	: Akaike Information Criterion
AIESEC	: Association Internationale des Étudiants en Sciences Économiques et Commerciales
AMC	: Appalachian Mountain Club
ANOVA	: Analysis of Variance
CAIC	: Consistent Akaike Information Criterion
CBI	: Centre for the Promotion of Imports
CFC	: Camping for Community
CFI	: Comparative Fit Index
CMIN/df	: Relative Chi Square Index
DPT	: Devlet Planlama Teşkilatı
ECVI	: Expected Cross Validation Index
GFI	: Goodness of Fit Index
GHR	: Global Healthcare Resources
GSMH	: Gayri Safi Milli Hâsıla
GWİ	: Global Wellness Institute
ICCA	: International Congress and Convention Association
ITC	: International Test Commission
IVHQ	: International Volunteer HQ
IVPA	: International Volunteer Programs Association
KMO	: Kaiser-Meyer-Olkin Testi
KODA	: Köy Okulları Değişim Ağı
NFI	: Normed Fit Index
PCTA	: Pacific Crest Trail Association
PGFI	: Parsimony Goodness of Fit Index
RMR	: Root Mean Square Residual
RMSEA	: Root Mean Square Residual
SPA	: Sanus Per Aquam

SPO	: State Planning Organization
SPSS	: Statistical Package for the Social Sciences
STK	: Sivil Toplum Kuruluşu
TATUTA	: Ekolojik Çiftliklerde Tarım Turizmi ve Gönüllü Bilgi, Tecrübe Takası
TCV	: Trust for Conservation Volunteers
TEGV	: Türkiye Eğitim Gönüllüleri Vakfı
TEMA	: Türkiye Erozyonla Mücadele, Ağaçlandırma ve Doğal Varlıkları Koruma Vakfı
TEV	: Türkiye Eğitim Vakfı
TOG	: Toplum Gönüllüleri Vakfı
t-Testi	: One-Sample Test
TUİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
TURSAB	: Türkiye Seyahat Acentaları Birliği
UNWTO	: United World Tourism Organization
USD	: United States Dollar
VIF	: Variance Inflation Factor
WWOOF	: WorldWide Opportunities on Organic Farms
WYSETC	: World Youth, Student and Educational Travel Confederation

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo-1: Gönüllü Turizm Faaliyetleri.....	31
Tablo-2: $\alpha = 0.05$ İçin Örneklem Büyüklükleri.....	53
Tablo-3: İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflandırması	54
Tablo-4: Gönüllü Turizme Yönelik Motivasyonlar ve Boyutları	58
Tablo-5: KMO ve Bartlett Testleri (KMO and Bartlett's Test).....	62
Tablo-6: Açıklanan Toplam Varyans.....	63
Tablo-7: Gönüllü Turizm Motivasyonlarına Yönelik Faktör Yükleri.....	64
Tablo-8: Gönüllük ve Gönüllü Turizm Motivasyonlarını Belirlemeye Yönelik Yapılan Araştırmalarda Bulunan Motivasyon Boyutları ve Güvenirlik Katsayıları.....	65
Tablo-9: Motivasyon Ölçeğinde Yer Alan Boyutlara İlişkin Güvenirlik Katsayıları	67
Tablo-10: Serbestlik Derecesi	68
Tablo-11: Ki-Kare Testi.....	68
Tablo-12: CMIN Uyum Değerleri	68
Tablo-13: RMR, GFI, AGFI ve PGFI Uyum Değerleri	69
Tablo-14: Temel Karşılaştırmalar	70
Tablo-15: PCFI ve PNFI Tutarlılık Değerleri.....	70
Tablo-16: AIC ve CAIC Uyum Değerleri.....	70
Tablo-17: ECVI Değeri.....	70
Tablo-18: RMSEA Uyum Değerleri	71
Tablo-19: HOELTER İndeksi Değerleri	71
Tablo-20: Hipotezlere ve Araştırma Sorularına Göre Kullanılan İstatistikler	72
Tablo-21: Bağımsız Değişkenlere Ait Tolerans ve VIF Değerleri.....	76
Tablo-22: Cinsiyete Göre Demografik Bilgilerin Dağılımı	77
Tablo-23: Cinsiyete Göre Katılım Eğilimlerine İlişkin Betimsel İstatistikler	81
Tablo-24: Cinsiyete Göre Katılım Eğilimlerine İlişkin t-Testi	81
Tablo-25: Yaş İle Katılım Eğilimlerine İlişkin Korelasyon Analizi	82
Tablo-26: Bölgelere Göre Katılım Eğilimlerine İlişkin Betimsel İstatistikler	83
Tablo-27: Bölgelere Göre Katılım Eğilimlerine İlişkin Varyans Analizi	83
Tablo-28: Bölgelere Göre Katılım Eğilimlerine İlişkin Varyansların Homojenliği	84
Tablo-29: Bölgelere Göre Katılım Eğilimi Düzeyleri Çoklu Karşılaştırma Sonuçları	84
Tablo-30: Medeni Duruma Göre Katılım Eğilimlerine İlişkin Betimsel İstatistikler	86
Tablo-31: Medeni Duruma Göre Katılım Eğilimlerine İlişkin t-Testi.....	86

Tablo-32: Çocuk Sahibi Olma Durumuna Göre Katılım Eğilimlerine İlişkin Betimsel İstatistikler.....	87
Tablo-33: Çocuk Sahibi Olma Durumuna Göre Katılım Eğilimlerine İlişkin t-Testi.....	88
Tablo-34: Çalışma Durumuna Göre Katılım Eğilimlerine İlişkin Betimsel İstatistikler	89
Tablo-35: Çalışma Durumuna Göre Katılım Eğilimlerine İlişkin Varyans Analizi.....	89
Tablo-36: Çalışma Durumuna Göre Katılım Eğilimlerine İlişkin Varyansların Homoijenliği	89
Tablo-37: Çalışma Durumuna Göre Katılım Eğilimi Düzeyleri Çoklu Karşılaştırma Sonuçları	90
Tablo-38: Eğitim Düzeylerine Göre Katılım Eğilimlerine İlişkin Betimsel İstatistikler	91
Tablo-39: Eğitim Düzeylerine Göre Katılım Eğilimlerine İlişkin Varyans Analizi	91
Tablo-40: Eğitim Düzeylerine Göre Katılım Eğilimlerine İlişkin Varyansların Homoijenliği	92
Tablo-41: Eğitim Düzeylerine Göre Katılım Eğilimine İlişkin Çoklu Karşılaştırma Sonuçları	92
Tablo-42: Gelir ile Katılım Eğilimlerine İlişkin Korelasyon Analizi	93
Tablo-43: Demografik Değişkenler ile Katılım Eğilimleri Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik Hipotez Testlerinin Sonuçları.....	94
Tablo-44: Cinsiyete Göre Motivasyonlara İlişkin Betimsel İstatistikler.....	95
Tablo-45: Cinsiyete Göre Motivasyonlara İlişkin t-Testi	96
Tablo-46: Yaş ile Motivasyonlara İlişkin Korelasyon Analizi	96
Tablo-47: Bölgelere Göre Motivasyonlara İlişkin Betimsel İstatistikler	97
Tablo-48: Bölgelere Göre Motivasyonlara İlişkin Varyans Analizi	98
Tablo-49: Bölgelere Göre Motivasyonlara İlişkin Varyansların Homoijenliği	98
Tablo-50: Bölgelere göre Motivasyon Düzeyleri Çoklu Karşılaştırma Sonuçları	99
Tablo-51: Medeni Duruma Göre Motivasyonlara İlişkin Betimsel İstatistikler	101
Tablo-52: Medeni Duruma Göre Motivasyonlara İlişkin t-Testi	101
Tablo-53: Çocuk Sahibi Olma Durumuna Göre Motivasyonlara İlişkin Betimsel İstatistikler	102
Tablo-54: Çocuk Sahibi Olma Durumuna Göre Motivasyonlara İlişkin t-Testi.....	102
Tablo-55: Çalışma Durumuna Göre Motivasyonlara İlişkin Betimsel İstatistikler.....	103
Tablo-56: Çalışma Durumuna Göre Motivasyonlara İlişkin Varyans Analizi.....	104
Tablo-57: Çalışma Durumuna Göre Motivasyonlara İlişkin Varyansların Homoijenliği	104
Tablo-58: Çalışma Durumuna Göre Motivasyon Düzeyleri Çoklu Karşılaştırma Sonuçları	104

Tablo-59: Eğitim Düzeylerine Göre Motivasyonlara İlişkin Betimsel İstatistikler	105
Tablo-60: Eğitim Düzeylerine Göre Motivasyonlara İlişkin Varyans Analizi	106
Tablo-61: Eğitim Düzeylerine Göre Motivasyonlara İlişkin Varyansların Homojenliği.....	106
Tablo-62: Eğitim Düzeylerine göre Motivasyon Düzeyleri Çoklu Karşılaştırma Sonuçları	106
Tablo-63: Gelir ile Motivasyonlara İlişkin Korelasyon Analizi	108
Tablo-64: Demografik Değişkenler İle Motivasyonlar Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik Hipotez Testlerinin Sonuçları.....	109
Tablo-65: Gönüllü Turizme Yönelik Katılım Eğilimleri ile Motivasyon ve Motivasyonun Alt Boyutları Arasında Korelasyon Analizi Sonuçları.....	110
Tablo-66: Gönüllü Turizme Yönelik Katılım Eğilimleri ile Motivasyonun Alt Boyutlarına İlişkin Betimleyici İstatistikler.....	111
Tablo-67: Motivasyonun Alt Boyutları ile Katılım Eğilimleri Varyans Analizi	112
Tablo-68: Varyasyon Katsayıları ve DW değeri.....	112
Tablo-69: Motivasyonun Alt Boyutlarının Katılım Eğilimlerine Etkisine İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları.....	113
Tablo-70: Katılım Eğilimleri İle Motivasyonlar Arasındaki İlişki ve Açıklamayı Belirlemeye Yönelik Hipotez Testlerinin Sonuçları.....	115
Tablo-71: Gelecekte Gönüllü Turizme Katılım Niyeti İle Gönüllü Turizme Yönelik Katılım Eğilimi ve Motivasyonlarına İlişkin Betimsel Analizler.....	116
Tablo-72: Gelecekte Gönüllü Turizme Katılım Niyeti İle Gönüllü Turizme Yönelik Katılım Eğilimi ve Motivasyonlarına İlişkin t-Testi	117
Tablo-73: Cinsiyete Göre Gelecekte Gönüllü Turizme Katılım Niyeti Dağılımı	118
Tablo-74: Yaşa Göre Gelecekte Gönüllü Turizme Katılım Niyeti Dağılımı	118
Tablo-75: Bölgelere Göre Gelecekte Gönüllü Turizme Katılım Niyeti Dağılımı.....	119
Tablo-76: Medeni Duruma Göre Gelecekte Gönüllü Turizme Katılım Niyeti Dağılımı	120
Tablo-77: Çocuk Sahibi Olma Durumuna Göre Gelecekte Gönüllü Turizme Katılım Niyeti Dağılımı	120
Tablo-78: Çalışma Durumuna Göre Gelecekte Gönüllü Turizme Katılım Niyeti Dağılımı	121
Tablo-79: Eğitim Durumuna Göre Gelecekte Gönüllü Turizme Katılım Niyeti Dağılımı ..	121
Tablo-80: Gelir Durumuna Göre Gelecekte Gönüllü Turizme Katılım Niyeti Dağılımı	122

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil-1: Problem Döngüsü	4
Şekil-2: Araştırma Modeli.....	51
Şekil-3: P-P Pilot Histogram Grafiği.....	75



İÇİNDEKİLER

BİLİMSEL ETİK SAYFASI	i
ÖNSÖZ	iii
ÖZET	iv
SUMMARY	vi
KISALTMALAR VE SİMGELER	viii
TABLolar LİSTESİ.....	x
ŞEKİLLER LİSTESİ	xiii
İÇİNDEKİLER	xiv
BİRİNCİ BÖLÜM	1
GİRİŞ	1
1.1. ARAŞTIRMA PROBLEMİ.....	3
1.2. ARAŞTIRMANIN AMACI	5
1.3. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ.....	6
1.4. ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ	7
1.5. ARAŞTIRMANIN VARSAYIMLARI	10
1.6. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI.....	10
İKİNCİ BÖLÜM.....	12
KAVRAMSAL ÇERÇEVE VE ALANYAZIN TARAMASI	12
2.1. TURİZMİN TANIMI	12
2.2. ALTERNATİF TURİZM ÇEŞİTLERİ	13
2.2.1. Kültür Turizmi.....	14
2.2.2. Kongre Turizmi	14
2.2.3. Sağlık Turizmi	15
2.2.4. Kırsal Turizm.....	16
2.2.5. Spor Turizmi.....	16
2.2.6. İnanç Turizmi	17
2.2.7. Gastronomi Turizmi	17
2.2.8. Gençlik ve Eğitim Turizmi	18
2.3. GÖNÜLLÜ TURİZM.....	19
2.3.1. Gönüllü Turizmin Kavramsal Açından İncelenmesi	19
2.3.2. Gönüllü Turizm İle İlgili Literatür Taraması	23

2.3.3. Gönüllü Turizm Faaliyetleri	29
2.3.4. Gönüllü Turizmin Etkileri	31
2.3.5. Gönüllü Turizme Hizmet Eden Kuruluşlar	35
2.3.5.1. Dünya’da Gönüllü Turizm Faaliyetleri Düzenleyen Kuruluşlar	39
2.3.5.2. Türkiye’de Gönüllü Turizm Faaliyetleri Düzenleyen Kuruluşlar	44
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM	49
YÖNTEM	49
3.1. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ	49
3.2. ARAŞTIRMANIN MODELİ	51
3.3. EVREN VE ÖRNEKLEM.....	52
3.4. VERİ TOPLAMA ARAÇLARI	56
3.5. VERİLERİN ANALİZİ	71
3.5.1. İlişkisiz (Bağımsız) Örneklem t-Testi	72
3.5.2. Tek Yönlü Varyans Analizi (One Way ANOVA)	73
3.5.3. Pearson Korelasyon Analizi	74
3.5.4. Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi	74
DÖRDÜNCÜ BÖLÜM	77
ARAŞTIRMA BULGULARI VE DEĞERLENDİRİLMESİ	77
4.1. DEMOGRAFİK DEĞİŞKENLERE AİT FREKANS ANALİZİ.....	77
4.2. DEMOGRAFİK DEĞİŞKENLER İLE GÖNÜLLÜ TURİZME KATILIM EĞİLİMLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİLER.....	80
4.2.1. Cinsiyete Göre Gönüllü Turizme Yönelik Katılım Eğilimlerinin Değerlendirilmesi	80
4.2.2. Yaşa Göre Gönüllü Turizme Yönelik Katılım Eğilimlerinin Değerlendirilmesi	81
4.2.3. Bölgelere Göre Gönüllü Turizme Yönelik Katılım Eğilimlerinin Değerlendirilmesi	82
4.2.4. Medeni Duruma Göre Gönüllü Turizme Yönelik Katılım Eğilimlerinin Değerlendirilmesi	86
4.2.5. Çocuk Sahibi Olma Durumuna Göre Gönüllü Turizme Yönelik Katılım Eğilimlerinin Değerlendirilmesi	87
4.2.6. Çalışma Durumuna Göre Gönüllü Turizme Yönelik Katılım Eğilimlerinin Değerlendirilmesi	88

4.2.7. Eğitim Düzeylerine Göre Gönüllü Turizme Yönelik Katılım Eğilimlerinin Değerlendirilmesi	90
4.2.8. Gelirlerine Göre Gönüllü Turizme Yönelik Katılım Eğilimlerinin Değerlendirilmesi	93
4.2.9. Demografik Değişkenler İle Katılım Eğilimleri Arasındaki İlişkileri Değerlendirmeye Yönelik Bulguların Özeti.....	94
4.3. DEMOGRAFİK DEĞİŞKENLER İLE GÖNÜLLÜ TURİZME YÖNELİK MOTİVASYONLAR ARASINDAKİ İLİŞKİLER.....	95
4.3.1. Cinsiyete Göre Gönüllü Turizme Yönelik Motivasyonların Değerlendirilmesi	95
4.3.2. Yaşa Göre Gönüllü Turizme Yönelik Motivasyonlarının Değerlendirilmesi	96
4.3.3. Bölgelere Göre Gönüllü Turizme Yönelik Motivasyonlarının Değerlendirilmesi	97
4.3.4. Medeni Duruma Göre Gönüllü Turizme Yönelik Motivasyonların Değerlendirilmesi	100
4.3.5. Çocuk Sahibi Olma Durumuna Göre Gönüllü Turizme Yönelik Motivasyonların Değerlendirilmesi.....	102
4.3.6. Çalışma Durumuna Göre Gönüllü Turizme Yönelik Motivasyonların Değerlendirilmesi	103
4.3.7. Eğitim Düzeylerine Göre Gönüllü Turizme Yönelik Motivasyonların Değerlendirilmesi	105
4.3.8. Gelirlerine Göre Gönüllü Turizme Yönelik Motivasyonların Değerlendirilmesi	108
4.3.9. Demografik Değişkenler ile Motivasyonlar Arasındaki İlişkileri Değerlendirmeye Yönelik Bulguların Özeti.....	108
4.4. GÖNÜLLÜ TURİZME YÖNELİK KATILIM EĞİLİMLERİ İLE GÖNÜLLÜ TURİZME YÖNELİK MOTİVASYONLAR ARASINDAKİ İLİŞKİLER	109
4.4.1. Gönüllü Turizme Yönelik Katılım Eğilimleri ile Motivasyonlar Arasındaki İlişki Düzeyi.....	110
4.4.2. Gönüllü Turizme Yönelik Motivasyonların Katılım Eğilimlerini Açıklama Düzeyi.....	111
4.4.3. Gönüllü Turizme Yönelik Katılım Eğilimleri ile Motivasyonlar Arasındaki İlişkileri Değerlendirmeye Yönelik Bulguların Özeti.....	115

4.5. GELECEKTE GÖNÜLLÜ TURİZME KATILIM NİYETİ İLE GÖNÜLLÜ TURİZME KATILIM EĞİLİMİ VE GÖNÜLLÜ TURİZME YÖNELİK MOTİVASYONLAR ARASINDAKİ İLİŞKİ	116
4.6. GELECEKTE GÖNÜLLÜ TURİZME KATILIM NİYETİ İLE DEMOGRAFİK DEĞİŞKENLER ARASINDAKİ İLİŞKİ	117
BEŞİNCİ BÖLÜM	123
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	123
5.1. SONUÇ.....	123
5.2. ÖNERİLER.....	130
KAYNAKÇA.....	134
EKLER.....	145
ÖZGEÇMİŞ	169

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞ

Günümüzde dünya ekonomisi açısından bakıldığında turizm en önemli sektörlerden birisidir. Dünya turizm örgütü verilerine göre uluslararası turizm hareketine katılan insanların sayısının her yıl arttığını söyleyebiliriz. Uluslararası turist sayısı 2018 yılında 1,4 milyar kişiye ulaşmış ve bir önceki yıla göre 77 milyon kişi ile %7 artış göstermiştir. Türkiye’de turizm sektörü 2018 yılında ülkeye gelen turist sayısı bakımından önceki yıla göre %21,45 artış göstermiştir (UNWTO, 2019). GSMH oranlarına bakıldığında turizmin GSMH’daki payı 2018 yılında yaklaşık %3,1 olarak gerçekleşmiştir (TURSAB, 2018). Bu verilere bakıldığı zaman turizmin ülke ekonomisine önemli derecede katkı sağlayan sektörlerden biri olduğunu söyleyebiliriz.

Mieczkowski (1995)’ye göre başlangıçta ticaret ve fetih amaçlı olan seyahat, zamana odaklanmaktan zevk almak ve sosyal statünün sembolü olarak hizmet etmek için değişmiştir. İkinci Dünya Savaşından sonra, harcanabilir gelirin artması, yeni teknolojiler ve politik özgürlük kitle turizminin hızlı bir şekilde büyümesini sağlamıştır (Chen ve Chen, 2011: 435). Turizm faaliyetlerine katılan turistlerin çoğunun yönelimi kitle turizmi üzerinedir. Ancak turistik tüketici ihtiyaçlarının ve davranışlarının değişmesi nedeni ile alternatif turizm çeşitlerine yönelik satın alımların her geçen yıl arttığı gözlemlenmektedir. Son yıllarda turizm pazarında kitle turizmine olan talebin olgunluk noktasına erişmesi ve turistlerin farklı deneyimler yaşayabileceği turizm çeşitlerine ilgi göstermesi gönüllü turizminin ön plana çıkan alternatif turizm çeşitleri arasında yer almasına neden olmuştur (Ar ve Çelik Uğuz, 2014: 223). Holden’e göre 1980’lerde, çevresel kaygılar tüketim davranışını etkilemeye başladı. Kitle turizmi hâlâ pazarın ana akımı olmasına rağmen, “alternatif”, “yeşil”, “sürdürülebilir” ve “doğal” gibi yeni turizm stilleri ortaya çıkmıştır (Chen ve Chen, 2011: 435). Alternatif turizmin itici gücü ve gönüllülük ihtiyacının çekici gücü gönüllü turizmi desteklemiş ve gönüllü turizm son yıllarda önemli bir fenomen haline gelmiştir (Chen ve Chen, 2011: 435).

Association for Tourism and Leisure Education (ATLAS) çalışmalarına dayanarak, gönüllü turizm piyasası hızla büyümektedir. 2008 yılında toplam 1,6

milyon gönüllü turist ve yaklaşık 1,7–2,6 milyar USD arasında bir değerde katkıda bulunmuştur. WYSETC 2016 yılında yapmış olduğu araştırmaya göre ise gönüllü turist sayısı uluslararası turist sayısının %4'ünü oluşturmaktadır. Gönüllü turizmdeki bu önemli büyüme ve benzersizliği birçok araştırmacı ve uygulayıcıyı kendisine çekmiştir.

Gönüllü turizmin dünya turizm hareketinde giderek artan önemi dolayısı ile Türkiye’de gönüllü turizme yönelik halkın eğilimlerinin incelenmesi ve bu alternatif turizm çeşidinin Türkiye’de uygulanmasına yönelik bir öneri getirilmesi bu araştırmanın temel amacını oluşturmaktadır.

Bu tez çalışması, giriş, kavramsal çerçeve ve alanyazın taraması, yöntem, bulgular ve sonuç ve öneriler olmak üzere beş bölümden oluşmaktadır. Çalışmanın ilk bölümünde; araştırma problemi, araştırmanın önemi, araştırmanın amacı, hipotezleri, varsayımları ve sınırlılıkları yer almaktadır. İkinci bölümde öncelikle turizm kavramı ve gönüllü turizmde içinde yer aldığı alternatif turizm çeşitleri hakkında bilgi verilmiştir. Daha sonra araştırmanın özünü oluşturan gönüllü turizm incelenecektir. Bu kısımda gönüllü turizm kavramı, gönüllü turizm faaliyetleri, gönüllü turizmin etkileri, gönüllü turizme hizmet eden kuruluşlar ve gönüllü turizm ile ilgili literatür taraması yer almaktadır. Araştırmanın üçüncü bölümde, araştırmanın yöntemi ile ilgili olarak araştırma modeli, örnekleme stratejisi, veri toplama araçları, veri toplama süreci ve verilerin analizi sunulmaktadır. Dördüncü bölümünde araştırmanın bulguları yer almaktadır. Araştırmanın son bölümünde ise öncelikle araştırmaya katılan insanların gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri ve motivasyonlarına ilişkin araştırma sonuçları ortaya konulmuş ve sonuçlar tartışılmıştır. Son olarak araştırma sonuçları çerçevesinde oluşturulan öneriler kısmı yer almaktadır.

Bu araştırmanın amacı Türkiye’de yaşayan insanların gönüllü turizm faaliyetleri hakkındaki görüşleri doğrultusunda Türkiye’de gönüllü turizm algısı hakkında bir sonuca ulaşmaktır. Araştırma sonuçları ile birlikte Türkiye’de gönüllü turizmin önemi, geliştirilebilmesi ve uygulama alanları hakkında önemli bilgilere ulaşılması beklenmektedir. Bu bağlamda araştırmanın tüm Türkiye’ye uygulanması gerektiği düşünülmüştür. Türkiye’de yaşayanlara yönelik yapılan araştırma nicel yöntemlere dayanılarak yapılmıştır.

1.1. ARAŞTIRMA PROBLEMİ

Alternatif turizm çeşitleri içinde yer alan gönüllü turizm kavramı, geçtiğimiz birkaç yıl içerisinde insanların ihtiyaçlarını hafifletmeye yardımcı olma konusundaki vurgusu nedeniyle büyümüştür (Otoo ve Amuquandoh, 2014: 51). Gönüllü turizm basitçe; genişleyen bir turizm nişini, alternatif bir turizm biçimini veya büyük sosyo-kültürel değişimin bir işareti temsil etmektedir. Akademik literatürde, küresel trendlerde ve popüler basında gönüllü turizmin patlayıcı büyümesi belirgindir (Wearing ve McGehee, 2013: 120). Bu yeni alternatif turizm türü gönüllü tatil (McMillon, Cutchins ve Geissinger , 2006), yoksul yanlısı turizmi (Ashley ve Roe, 2001), fedakâr turizm (Singh, 2002), hizmetli tatil, katılımcı çevre araştırma turizmi (Ellis, 2003) gibi çeşitli isimler altında giderek daha popüler hale gelmiştir.

Uluslararası turizm literatüründe turistlerin gönüllü turizm ile ilgili katılım eğilimleri ve motivasyonları üzerine çok sayıda çalışma bulunmaktadır. Otoo ve Amuquandoh (2014) Gana’da gönüllü turizm hareketine katılan turistlerin motivasyonlarını fedakârlık ve öğrenme, hayırseverlik ve sosyalleşme faktörleri ile ölçmüşlerdir ve ana faktörün fedakârlık olduğu sonucuna varmışlardır.

Sin (2010) yaptığı araştırmalar sonucunda gönüllü turizm ile ilgili çalışmaların genelde turistler üzerine yoğunlaştığını ve ev sahibi toplulukların bakış açıları ile ilgili çok az çalışma olduğunu söylemiştir. Bu bağlamda gönüllü turizmde ev sahibi toplulukların turizmin gelişimindeki bakış açılarını araştırmıştır.

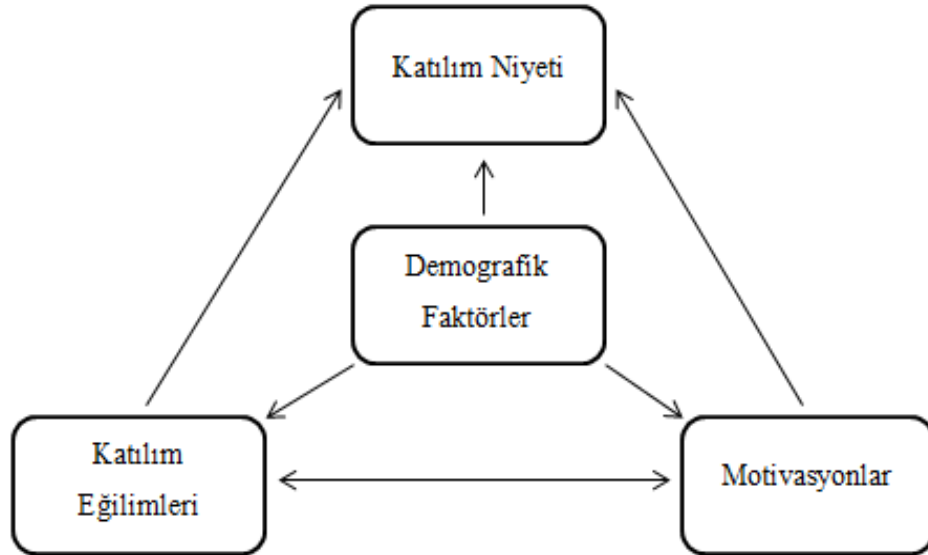
Mostafanezhad (2013) ise ilk olarak gönüllü turizmin küresel ekonomik eşitsizliğin giderilmesine yardımcı olması, yerel halkın yoksulluğunun azaltılması ve kültürel olarak etkileşim konularını eleştirel bakış açısı ile incelemiştir.

Chen ve Chen (2011) “Neden insanlar uluslararası gönüllü turizm gezilerine katılmaktadır?” teması dâhilinde gönüllü turizm gezisine katılan turistleri yardım etme isteği, yerli halk ve kültürel iletişim, başkaları tarafından teşvik edilme ve ilişkilerin geliştirilmesi olarak dört faktörde inceleyerek motivasyonlarını incelemişlerdir.

Zarandian, Shalbafian, Ryan ve Bidokht (2016) gönüllü turizm ile yoksul yanlısı turizm kavramlarını incelemişler ve yoksul yanlısı gönüllü turizmin turistlerin yaşam, kişisel ve sosyal beceriler hakkındaki tutumlarını olumlu yönde etkilediğini tespit etmişlerdir.

Türkiye’de gönüllülük kavramı ile ilgili çok sayıda çalışma olmasına rağmen, gönüllü turizm üzerine yapılmış çalışma sayısı yok denecek kadar azdır. Yapılan araştırmaların yöntemlerine bakıldığı zaman hem tüm Türkiye kapsayacak kadar evren ve örnekleme yapılmadığı hem de Türkiye’de yaşayan insanların gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri ve motivasyonlarının belirlenmesi üzerine olmadığı görülmüştür. Bu çalışma ile gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri ve motivasyonlara daha geniş bir perspektiften bakılarak genel bir model oluşturulabilmektedir. Bu bağlamda bu çalışmanın ana problemi, ”Türkiye’de yaşayan insanların gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri ile motivasyonları arasındaki ilişkinin incelenmesi” olarak belirlenmiştir.

Şekil-1: Problem Döngüsü



Araştırma probleminin kavramsal yapısını basit bir görselle daha anlaşılabilir hale getirmeye çalışan Şekil-1’de görüleceği üzere, gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri ve motivasyonları arasındaki ilişkilerin, demografik faktörler ile farklılaşabileceği düşünülmektedir. Diğer yandan, insanların gönüllü turizme yönelik motivasyonları, gönüllü turizme yönelik katılım eğilimlerini etkileyebilecektir.

Ayrıca gelecekte gönüllü turizme katılım niyeti demografik faktörlere göre değişiklik gösterebileceği ve gelecekte gönüllü turizm katılım niyetinin gönüllü turizme katılım eğilimleri ve motivasyonlara göre farklılaşabileceği düşünülmektedir.

1.2. ARAŞTIRMANIN AMACI

Bu araştırmanın temel amacı, Türkiye’de yaşayan insanların gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri ile motivasyonları arasındaki ilişkileri incelemektir. Bu temel amaç çerçevesinde oluşturulan aşağıdaki araştırma sorularına cevap aranmaya çalışılmıştır:

- Araştırma Sorusu 1: Türkiye’de yaşayan insanların gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri demografik değişkenlere göre farklılık göstermekte midir?
- Araştırma Sorusu 2: Türkiye’de yaşayan insanların gönüllü turizme yönelik motivasyonları demografik değişkenlere göre farklılık göstermekte midir?
- Araştırma Sorusu 3: Türkiye’de yaşayan insanların gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri ve motivasyonları arasında ilişki düzeyi nedir? Gönüllü turizme yönelik motivasyonları, gönüllü turizme yönelik katılım eğilimlerini ne düzeyde açıklamaktadır?
- Araştırma Sorusu 4: Türkiye’de yaşayan insanların gelecekte gönüllü turizme katılım niyetleri, gönüllü turizme yönelik katılım eğilimlerine ve motivasyonlarına göre farklılık göstermekte midir?
- Araştırma Sorusu 5: Türkiye’de yaşayan insanların gelecekte gönüllü turizme katılım niyetleri demografik değişkenlere göre farklılık göstermekte midir?

Araştırmanın temel amacı doğrultusunda iki alt amacı vardır. Araştırmanın ilk amacı: Türkiye’de yaşayan insanların gönüllü turizm ile ilgili bilgilerini, eğilimlerini ve bakış açılarını öğrenerek mevcut durum hakkında bilgi sahibi olmak ve bu konuda öneriler geliştirmektir. Araştırmanın ikinci amacı ise: Türkiye’de alternatif turizm çeşidi olarak gönüllü turizmin uygulanabilirliğini ölçmektir. Bu iki amaç doğrultusunda yapılacak araştırma ile gönüllü turizmin Türkiye’deki durumu ve uygulanabilirliği hakkında bir değerlendirme yapılacak ve çeşitli öneriler sunulacaktır.

1.3. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ

Uluslararası turizm literatüründe, alternatif turizm çeşitlerinden gönüllü turizmin önemi her geçen gün artmaktadır. Genel olarak turist niteliklerine sahip olan insanların başkalarına yardım etmek, ekonomik, politik, sosyal adaletsizliği önlemek, küresel veya bölgesel eşitsizlikleri gidermek, anlamlı ve önemli faaliyetlerde bulunmak gibi istekleri ile gönüllü turizme yönelik katılımın arttığı görülmektedir.

Gönüllü turizm kavramı büyük ölçüde bilinmeyen ve anlaşılmamış bir durumdadır. Örneğin, gönüllü turizm teorik olarak incelenmesine rağmen, gönüllü turistler ve onların davranışları üzerinde etkili faktörleri inceleyen, teorik bir yaklaşım belirleyen az sayıda araştırma bulunmaktadır. Bu alanın yeni olması göz önüne alındığında, insanların gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri ve motivasyonlarının uygun bir şekilde kurulmuş teorik çerçeve ile test edilme ihtiyacı vardır.

Alternatif turizm çeşitliliği kazandırmak amacıyla gönüllü turizm konulu bu araştırma, Türkiye’de yaşayan insanların gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri ve motivasyonları arasındaki ilişkileri konu edinmesi bakımından özgünlük taşımaktadır. Türkiye İstatistik Kurumu’nun ve Devlet Planlama Teşkilatı’nın İstatistikî Bölge Birimleri Sınıflaması esas alınarak Türkiye’nin 26 alt bölgesinde yaşayan insanlar örneklem olarak seçilmiştir. Bu örneklem sayesinde Türkiye’de yaşayan insanların gönüllü turizme yönelik katılım eğilimlerinin ve gönüllü turizme yönelik motivasyonlarının belirlenmesi ve gönüllü turizme yönelik motivasyonların katılım eğilimleri üzerindeki etkisinin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bu tespitlerin elde edilmesi ile birlikte Türkiye’de yaşayan insanların gönüllü turizme yönelik bakış açılarının öğrenilmesi mümkün olacaktır.

Türkiye’de yaşayan insanların gönüllü turizm yönelik eğilimlerini ve motivasyonlarını belirlemeye yönelik bir araştırma bulunmamaktadır. Dolayısı ile mevcut durumun ortaya konması önem taşımaktadır. Ayrıca alan yazına bakıldığında önceki gönüllü turizm araştırmalarının çoğu nispeten daha dar örneklem nüfusu ile sınırlandırılmıştır. Araştırma evrenin Türkiye ve örnekleminin Devlet Planlama Teşkilatının oluşturmuş olduğu “İstatistikî Bölge Birimleri Sınıflandırması” dâhilinde yer alan 26 alt bölge ile geniş bir örneklem nüfusu oluşturulması ile daha önceki gönüllü turizm araştırmalarının eksik bir yönünü kapatacağı düşünülmektedir.

Ayrıca son zamanlarda gönüllü turizme yönelik kamu kurumlarının, çeşitli STK'ların ve özel sektörün ilgisi artmıştır. Keese (2011), Coghlan (2006), ve Brightsmith, Stronza, Holle (2008)'nin yapmış oldukları araştırmalarında gönüllü turizm örgütlerinin ve gönüllü turizm STK'larının gönüllü turizm ile ilgili çalışmalarını incelemişler ve gönüllü turizmin finansal ve iş gücü anlamında önemli etkileri olduğunu ifade etmişlerdir. Lyons, Hanley, Wearing ve Neil (2012) ise STK'ların ve hükümetlerin gönüllü turizme katılımı teşvik etmeleri gerektiğini belirtmişlerdir. Çünkü gönüllü turizm hem katılımcılara kendini gerçekleştirme, kendini geliştirme ve psikolojik anlamda hem de yerel halka ekonomik, sosyal, sağlık ve eğitim gibi birçok konuda katkı sağlamaktadır.

Kitle turizminin yanı sıra sürdürülebilir turizm olgusunu desteklemek için alternatif turizm çeşitlerinin Türkiye'de uygulanması büyük önem taşımaktadır. Bu bağlamda gönüllü turizm uygulamalarının geliştirilmesi ve farkındalığının artırılması gerekmektedir. Bu araştırma; kamu kurumları, STK'lar ve özel sektör kuruluşları için gönüllü turizm farkındalığı yaratma adına önemli bir çalışmadır. Ayrıca alanyazına kavramsal açıdan önemli katkıları olacağı düşünülmektedir.

1.4. ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ

Öncelikle araştırma ile ilgili çeşitli hipotezler geliştirilmiştir. Bu hipotezler araştırmaya katılan Türkiye'de yaşayan insanların gönüllü turizme katılım eğilimleri ve gönüllü turizm faaliyetlerine yönelik motivasyonları üzerinedir.

Alexander (2012)'in yapmış olduğu araştırmaya göre: gönüllü turizme katılanların demografik özellikler bakımından anlamlı farklılıkların ortaya çıktığı tespit edilmiştir ve insanların demografik özelliklerinin gönüllü turizm deneyimi üzerinde önemli etkileri olduğunu belirtmiştir. Çalışmada, Türkiye'de yaşayan insanların gönüllü turizme yönelik katılım eğilimlerinin ve motivasyon faktörlerinin demografik özelliklere göre değişkenlik gösterip göstermediğini belirlemek için alt hipotezleri ile birlikte Araştırma Sorusu 1 ve Araştırma Sorusu 2 geliştirilmiştir.

Araştırma Sorusu 1: Türkiye'de yaşayan insanların gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri demografik değişkenlere göre farklılık göstermekte midir? Alt hipotezler ise;

H-1a: Gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri Türkiye’de yaşayan insanların cinsiyetlerine göre farklılık göstermektedir.

H-1b: Türkiye’de yaşayan insanların yaşları ile gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki vardır.

H-1c: Gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri Türkiye’de yaşayan insanların ikamet ettiği bölgelere göre farklılık göstermektedir.

H-1d: Gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri Türkiye’de yaşayan insanların medeni durumlarına göre farklılık göstermektedir.

H-1e: Gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri Türkiye’de yaşayan insanların çocuk sahibi olma durumlarına göre farklılık göstermektedir.

H-1f: Gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri Türkiye’de yaşayan insanların çalışma durumlarına göre farklılık göstermektedir.

H-1g: Gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri Türkiye’de yaşayan insanların eğitim düzeylerine göre farklılık göstermektedir.

H-1h: Türkiye’de yaşayan insanların gelirleri ile gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki vardır.

Araştırma Sorusu 2: Türkiye’de yaşayan insanların gönüllü turizme yönelik motivasyonları demografik değişkenlere göre farklılık göstermekte midir? Alt hipotezler ise;

H-2a: Gönüllü turizme yönelik motivasyonları Türkiye’de yaşayan insanların cinsiyetlerine göre farklılık göstermektedir.

H-2b: Türkiye’de yaşayan insanların yaşları ile gönüllü turizme yönelik motivasyonları arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki vardır.

H-2c: Gönüllü turizme yönelik motivasyonları Türkiye’de yaşayan insanların ikamet ettiği bölgelere göre farklılık göstermektedir.

H-2d: Gönüllü turizme yönelik motivasyonları Türkiye’de yaşayan insanların medeni durumlarına göre farklılık göstermektedir.

H-2e: Gönüllü turizme yönelik motivasyonları Türkiye’de yaşayan insanların çocuk sahibi olma durumlarına göre farklılık göstermektedir.

H-2f: Gönüllü turizme yönelik motivasyonları Türkiye’de yaşayan insanların çalışma durumlarına göre farklılık göstermektedir.

H-2g: Gönüllü turizme yönelik motivasyonları Türkiye’de yaşayan insanların eğitim düzeylerine göre farklılık göstermektedir.

H-2h: Türkiye’de yaşayan insanların gelirleri ile gönüllü turizme yönelik motivasyonları arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki vardır.

Araştırmanın bir diğer konusu ise; gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri ve motivasyonların arasındaki ilişkinin tespit edilmesidir. Lo ve Lee (2011) gönüllü turistlerin gönüllü turizm programına katılmalarını sağlayan faktörler üzerine yaptıkları çalışmalarında; yerel halk ile kültürel etkileşim, aile üyeleri ile ortak deneyim yaşama, dini katılım, günlük yaşamdan kaçmak ve başkalarına yardımcı olmak üzere beş motivasyonun etkili olduğunu tespit etmişlerdir. Bu bağlamda Türkiye’de yaşayan insanların gönüllü turizm katılım eğilimlerine etki eden motivasyonlarının belirlenmesi ve bu motivasyonların katılım eğilimlerini ne derecede etkilediğinin tespit edilmesi önemlidir. Gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri ve motivasyonları arasında ilişkinin tespit edilmesi için “Araştırma Sorusu 3” oluşturulmuştur.

Araştırma Sorusu 3: Türkiye’de yaşayan insanların gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri ve motivasyonlar arasındaki ilişki düzeyi nedir? Gönüllü turizme yönelik motivasyonlar, gönüllü turizme yönelik katılım eğilimlerini ne düzeyde açıklamaktadır?

H-3a: Türkiye’de yaşayan insanların gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri ile motivasyonları arasında ilişki vardır.

H-3b: Gönüllü turizme yönelik motivasyonlar, gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri üzerinde önemli bir yordayıcıdır.

Çalışmanın araştırma kısmında yer alan bir diğer soru ise insanların gelecekte gönüllü turizm faaliyetlerine katılıp katılmayacaklarını belirlemeye yöneliktir. İnsanların demografik özelliklerinin, gönüllü turizme yönelik katılım eğilimlerinin ve motivasyonlarının gelecekte gönüllü turizm faaliyetlerine katılma niyeti üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik “Araştırma Sorusu 4” ve “Araştırma Sorusu 5” geliştirilmiştir.

Araştırma Sorusu 4: Türkiye’de yaşayan insanların gelecekte gönüllü turizme katılım niyetleri, gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri ve motivasyonlarına göre farklılık göstermekte midir?

Araştırma Sorusu 5: Türkiye’de yaşayan insanların gelecekte gönüllü turizme katılım niyetleri demografik değişkenlere göre farklılık göstermekte midir?

1.5. ARAŞTIRMANIN VARSAYIMLARI

Araştırma süreci, anket çalışmasına katılanların, soruları ve maddeleri doğru bir şekilde algıladıkları ve samimi olarak cevap verdikleri varsayılarak yürütülmüştür.

Araştırmada veri toplama aracı olarak kullanılan anketlerde yer alan ölçeklerin, gönüllü turizme yönelik katılım eğilimlerini ve motivasyonlarını ölçtüğü varsayılmıştır.

Uygulanan araştırma yönteminin, bu araştırmanın amacına ve problemin çözümüne uygun olduğu, seçilen örneklemin alanı temsil ettiği, verilerin değerlendirilmesinde kullanılan tekniklerin araştırmanın amacına uygun yöntemlerden oluştuğu varsayılmıştır.

Türkiye İstatistik Kurumu ve Devlet Planlama Teşkilatı’nın İstatistikî Bölge Birimleri Sınıflaması esas alınarak Türkiye’nin sadece 26 alt bölgesinden toplanacak verilerin bütün Türkiye’yi temsil edeceği varsayılmıştır.

1.6. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI

Araştırmada, katılımcıların matbu ve online anket formları aracılığı ile vermiş olduğu cevapların doğru olduğu varsayılmıştır. Bu görüşün temel nedeni anket çalışmasına katılanların anket sorularına verdikleri cevapların ne ölçüde doğru olduklarından tam olarak emin olunamadığından kaynaklanmaktadır.

Araştırma örneklemini belirlenmesi aşamasında ilk olarak Devlet Planlama Teşkilatının illerin ve bölgelerin sosyo-ekonomik gelişmişlik sıralaması araştırması ile oluşturulan istatistiki bölge birimleri sınıflandırmasında yer alan 26 alt bölgede bulunan iller değerlendirilmeye alınmıştır. Anket çalışması sürecinde 26 alt bölgeye zaman ve yüksek maliyet nedenlerinden dolayı ulaşılamamış olup örneklem olarak yine illerin ve bölgelerin sosyo-ekonomik gelişmişlik sıralamasında araştırması ile oluşturulan istatistiki bölge birimleri sınıflandırmasında yer alan 12 bölge seçilmiştir. Bu bölgeler İstanbul, Batı Marmara, Doğu Marmara, Batı Anadolu, Orta Anadolu, Batı Karadeniz, Doğu Karadeniz, Kuzeydoğu Anadolu, Ortadoğu Anadolu, Güneydoğu Anadolu, Ege, Akdeniz bölgelerinden oluşmaktadır. Araştırmanın 81 ili

kapsamaması ve 12 bölgeyi içermesi araştırmanın sınırlılıklarındandır. Gelecekteki benzer araştırmalarda 26 alt bölgenin veya 81 ilin örneklem olarak seçilmesi tüm ülkeye yönelik genellemenin yapılabilmesi açısından daha iyi olacağı düşünülmektedir.

Bu araştırmada zaman ve maliyet gibi nedenlerden dolayı nicel araştırma yöntemlerinden faydalanılmıştır. Nitel araştırma yöntemlerinin araştırmada kullanılmaması araştırmanın bir diğer sınırlılığıdır.



İKİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL ÇERÇEVE VE ALANYAZIN TARAMASI

2.1. TURİZMİN TANIMI

İnsanoğlu var olduğundan beri çeşitli nedenler ile seyahat etmiştir. Dolayısı ile seyahat faaliyetleri ile başlayan turizmin geçmişi çok eskiye dayanmaktadır. Dünya Turizm Örgütünün tanımına göre turizm: insanların kişisel, iş ya da mesleki amaçları için her zamanki ortamlarının dışındaki ülkelere ya da yerlere hareket etmesini gerektiren sosyal, kültürel ve ekonomik bir olgudur (UNWTO, 2008).

Turizmin tarihsel gelişimine kısaca bakacak olursak; insanların yerleşik hayata geçmesi ve sonrasında ticaretin gelişmesi ile birlikte başlayan ticari gezileri örnek olarak söyleyebiliriz. Milattan sonraki dönemde Mısırlıların imparatorluğu yaymak amacı ile yollar yaparak ulaşımı kolaylaştırdığı ve yol üzerine konaklama yerleri inşa ettikleri bilinmektedir. Sonraki dönemlerde ise Eski Yunan'da gerçekleştirilen olimpiyat oyunlarını izlemek için çok sayıda insanın seyahat ettiği söylenebilir (Albayrak, 2013: 1).

Orta çağ döneminde ise insanların seyahatlerini özellikle kutsal yerlere yaptığı görülmektedir. Bu seyahatleri boyunca insanların konaklamaları, eşyalarının korunması ve hayvanlarının ihtiyaçlarını karşılayabilmeleri için hanlar ve kervansaraylar inşa edilmiştir. Ancak 1800'lü yıllara kadar bu seyahat hareketlerinin belli bir kesim tarafından yapıldığını görmekteyiz ve genele yayıldığını söyleyemeyiz. Sanayi devriminin başlaması ve feodal yapının çöküşü ile birlikte insanların turistik faaliyetlere katılmasını sağlayan boş zamanın artması, refah seviyesinin yükselmesi ve merak/ilgi gibi birkaç temel faktöre sahip olması ile seyahatlerin geniş kitlelere yayıldığını söyleyebiliriz.

1800'lerden günümüze kadar turizm ile ilgili arz ve talep sürekli artış göstermektedir. Genel anlamda bakıldığında turizm faaliyetlerinin kitle turizm halinde oluştuğunu söyleyebiliriz. Ancak 1980'li yıllardan itibaren insanların turistik ihtiyaçlarının değişmesi ile birlikte alternatif turizm çeşitlerinin ortaya çıktığını görmekteyiz.

Türkiye'de turizm sektörü, Gayri Safi Milli Hasıla'ya katkısı ve istihdama etkisi ile birlikte önemli sektörler arasında yer almaktadır. Kültür ve Turizm

Bakanlığı'nın turizm istatistiklerine göre: 2018 yılında Türkiye'ye gelen ziyaretçi sayısı yaklaşık 46 milyon kişidir ve elde edilen turizm geliri yaklaşık 29,5 milyar ABD dolarıdır (<http://yigm.kulturturizm.gov.tr>). Turizm sektörünün 2017 yılı GSMH' ya oranı ise yaklaşık %3,1 seviyesinde gerçekleşmiştir (TURSAB, 2018). İstihdam verileri açısından bakıldığında ise 2017 yılında turizm sektöründe istihdam edilenlerin sayısı 1,523 milyon kişiye ulaşmıştır (TUİK, 2018). Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın Türkiye Turizm Stratejisi-2023 Belgesi'nde yer alan olağan beklenti hedefinin ülkeye kazandırılacak yeni alternatif turizm çeşitleri ve yeni turizm gelişim koridorları ile birlikte turizm sektörünün 50 milyon turist ve 50 milyar dolar gelire ulaşması öngörülmektedir (kultur.gov.tr, 2018).

2.2. ALTERNATİF TURİZM ÇEŞİTLERİ

Alternatif turizm, terimin kendisinden önce çoktan var olmuştur (Jones, 1992: 102). Ortaçağ hac gezileri ve Grand Tour hem dinsel turizm hem de eğitim turizmi açısından modern zamandaki alternatif turizmin öncü hareketleridir. Dahası, çiftlik tabanlı turizm, Avrupa'da 100 yıldan uzun bir süre önce kurulmuştur (Weaver, 2006: 38). Thomas Cook' un sanayi devrimi sonrası 1872 yılında İngiltere'nin Leicester kentinden 20 km mesafedeki Loughbrough kentine 571 kişi ile yapmış olduğu seyahat alternatif turizm çeşidi olarak değerlendirilebilir (Mısırlı, 2018: 15).

Alternatif turizm terimi genellikle küçük çaplı ve yerel olarak sahip olunan ve kontrol edilen faaliyetlerle karakterize edilen turizmi tanımlamak için kullanılır. Örneğin yoksul yanlısı turizm, gönüllü turizm, çiftlik turizmi, macera turizmi ve ekoturizm alternatif turizm ile ilgili deneyimler sunar (Oriade ve Evans, 2011: 71-73). Birçok gözlemci, alternatif turizmin katılımcı, yerel ve hassas karakterleri nedeniyle topluluklara sürdürülebilir kalkınma getirme potansiyeline sahip olduğunu düşünmektedir (Prince ve Ioannides, 2017: 348).

Cohen (1987) alternatif turizmin tek bir genel kavram değil, iki ana kavramdan oluştuğunu söylemiştir. Birincisi modern tüketimciliğe ve kitle turizmine faaliyet olarak maceraperest, serseri ya da gezgin karakterlerinden oluşan kültürel bir tepki olarak görülmektedir. İkincisi ise karşılıklı anlayışı ilerleten, çevresel ve kültürel bozulmayı önleyen üçüncü dünyanın sömürülmesine bir tepki açısından “adil bir alternatif turizm” olarak algılanmaktadır.

Alternatif turizm; geleneksel, klasik kitle turizmi ve şehir turizminin olumsuz etkilerini azaltmak amacıyla oluşturulmuş, yeni turistik ürünlerin bir araya getirilmesiyle meydana gelmiş bir turizm çeşididir (Hacıoğlu ve Avcıkurt, 2008: 8). Turizm hareketliliğine katılan turistlerin tüketim davranışlarının yavaş yavaş değiştiği görülmekte ve bu bağlamda yapılacak yeni yatırımların yönünün de alternatif türler yönünde şekilleneceği ortaya çıkmaktadır (Kılıç ve Kurnaz, 2010: 40). Bu bağlamda değişen turistik tüketici davranışları ve ihtiyaçları çerçevesinde ülkelerin turizm sektöründe rekabet avantajı elde edebilmeleri için turizm sektöründe yeni alternatif turizm çeşitlerini uygulamaları gerekmektedir.

2.2.1. Kültür Turizmi

Kültürün bir toplumun sahip olduğu maddî ve manevî değerlerden oluşan bir bütün olduğunu söyleyen bilim insanları, aynı zamanda kültürün toplumda mevcut her tür bilgi, ilgi, alışkanlık, değer yargıları, genel tutumlar, görüş düşünce ve tüm davranış şekilleriyle bir bütün olduğunu savunmaktadırlar (Turhan, 1994: 45).

Kültür içerisinde, insanın yarattığı bilgi, inanç, sanat, ahlak ve görgü kuralları, dil, kanun, gelenek ve görenek gibi soyut, mimari, yaşam biçimi, gastronomi, davranış kalıpları gibi somut unsurlardan oluşur (Akoğlu ve Bahçe, 2009: 142-143).

Lascrain (1987) kültür turizmini, doğal çevreleri tanımak ve sürdürülebilir kılmak isteyen küçük turist gruplarının yerel kültürler hakkında bilgi sahibi olmak istediği bir ekoturizm alt kümesi olarak tanımlamıştır (Ryan, 2002: 953). Yerel el sanatları, yerel yiyecek ve içecekler, kültürel sergiler, festivaller ve özel olaylar, inanç merkezleri, sportif faaliyetler, sanatsal faaliyetler, anıtlar ve müzeler, mimari yapılar, tarihi olaylar ve ünlü insanlar kültür turizmi kaynaklarından sayılabilir. Kültür turizminin alt başlıklarını kültürel miras turizmi, dark turizm, etnik turizm ve etkinlik turizmi olarak sınıflandırabiliriz.

2.2.2. Kongre Turizmi

Günümüzde her geçen gün bilim, teknoloji ve sanatta meydana gelen gelişmeler, insanların bu gelişmelere verdiği değerin artması ve bilgi paylaşımındaki istek ile özellikle ulaşım imkânlarındaki artış kongre turizmine olan ilgiyi arttırmıştır (Albayrak, 2013: 85).

Kongre turizmi; aynı veya farklı mesleklerdeki kişilerin kısa, sınırlandırılmış ve kesin bir program çerçevesinde kendi meslekleri, belirli bir bilimsel alan veya konuda bilgi alışverişi yapmak amacıyla sürekli yaşadıkları ve çalıştıkları yerler dışına yaptıkları seyahat ve konaklamalarda ortaya çıkan olaylar ve ilişkiler bütünüdür (Çakıcı ve Yönetimi, 2009: 3). Kongrelerin amaçlarına göre sınıflandırılmasında, politik, bilgi alışverişi, eğitim ve ekonomi olmak üzere dört temel başlıktan bahsedilebilir.

Uluslararası Kongre ve Toplantılar Birliği (ICCA) verilerine göre uluslararası birliklere ait toplantı sayısı 2017 yılında 2016 yılına göre yaklaşık %2,5'lik bir artışla 12.558 olarak gerçekleşmiştir ve 2013-2017 yılları arasında yaklaşık 25 milyon kişi kongrelere katılmıştır. ICCA 2017 yılı verilerine göre 49. sırada olan Türkiye'de düzenlenen uluslararası birliklere ait kongre sayısı 57 olarak gerçekleşmiş ve kongrelere 41.279 kişinin katıldığı tespit edilmiştir (ICCA, 2018).

2.2.3. Sağlık Turizmi

Sağlık turizmi, insanların devamlı yaşadığı yerden başka bir yere sağlık hizmetlerini kullanırken fiziksel, zihinsel ve sosyal refahı iyileştirmek, stabilize etmek ve uygun hale getirmek ile birlikte ortaya çıkan tüm ilişkilerin ve olguların toplamıdır (Mueller ve Kaufmann, 2001: 7).

Hastaların, sağlık profesyonellerinin ve tıbbi teknolojinin küresel büyümesi, son yıllarda sağlık hizmetlerinin yeni tüketim ve üretim modellerine ivme kazandırdı (Lunt, Smith ve Exworthy, 2011: 6). Bu durum sağlık turizminin genel turizm gelirleri açısından önemli bir bileşen haline gelmesini sağlamıştır. Küresel Sağlık Enstitüsü 2017 yılı verilerine göre dünya çapında toplam sağlık turizmi harcamaları 639 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir (GWI, 2017). Dünya'da sağlık turizminde Hindistan, ABD, Tayland, Almanya, Meksika, Singapur, Brezilya ve Güney Afrika öncü ülkeler arasında yer almaktadır. Global Healthcare Resources 2016 yılına dair yapmış olduğu araştırmalarında tıbbi tedavi için tercih edilen ilk yedi ülke sırası ile ABD, Almanya, Türkiye, Hindistan, İngiltere, Tayland ve Birleşik Arap Emirlikleri'dir (GHR, 2016: 10). Sağlık turizmi kaynaklarının kullanım şekline göre bakıldığında, Medikal (Tıbbi) Turizm, Termal (Kaplıca) Turizm, Yaşlı ve Engelli Bakımı Turizmi, SPA ve Wellness Turizmi olmak üzere dört gruba ayırabiliriz.

2.2.4. Kırsal Turizm

Günümüzde insanların içinde bulunduğu stres, yoğun çalışma temposu, doğal güzelliklere ve doğal kaynaklara olan eğilim, ilgi ve merak, betonlaşan kent yaşamından uzaklaşma isteği, hava ve gürültü kirliliği ve doğanın çekiciliği gibi faktörler insanların rahatlayabileceği kent yaşamından uzak sakin yerlere seyahat etmesine neden olmuştur. İnsanların bu alanlara yapmış olduğu seyahatler de kırsal turizm kavramını gündeme getirmiştir.

Kırsal turizm, turistlerin doğal ortamlarda tatillerini geçirmek ve değişik kültürlerle bir arada olmak amacıyla kırsal bir yerleşmeye giderek, konaklamaları ve o kırsal yerleşmeye özgü etkinlikleri izlemeleri ya da katılmalarıyla gerçekleşen bir turizm türüdür (Aydın, 2012: 39). Bu kriterler kapsamında kırsal turizm kavramına baktığımız zaman çiftlik turizmi, yayla turizmi, ekoturizm, tarımsal turizm, botanik turizmi, kamp ve karavan turizmi gibi alt turizm türlerini içerdiği söylenebilir.

2.2.5. Spor Turizmi

Spor turizmi, sporla ilgili aktiviteleri yapmak veya izlemek için yapılan seyahat deneyimini ifade eder (Ross, 2001: 3). Diğer bir ifade ile spor turizmi uluslararası veya ulusal olsun sportif aktiviteyi içeren organizasyonlar, turlar, şampiyonalar v.b. da katılanların amacının boş zaman değerlendirme veya yarışma isteği olan, temelinde sportif etkinliklere katılmak için seyahat içeren tüm turizm hareketleridir (Bektaş, 2010: 11).

M.Ö. 766 yılında gerçekleştirilen Eski Yunan olimpiyat oyunları ilk spor turizmi organizasyonlarından biri olarak gösterilebilir (Albayrak, 2013: 187). Yıllar itibari ile insanların spora merak ve ilgisi ile birlikte farklı spor dalları ortaya çıkmış ve çok sayıda organizasyon yapılmaya başlanmıştır. Günümüzde başta futbol olmak üzere basketbol, yaz-kış olimpiyatları, yürüyüş vs. ile ilgili birçok uluslararası organizasyon yapılmaktadır. Spor ve sportif alanların genişlemesi spor turizmi başlığı altında akarsu sporları turizmi, hava sporları turizmi, deniz turizmi, golf turizmi, futbol turizmi, dağcılık ve mağara turizmi, av turizmi, motor sporları turizmi, bisiklet turizmi vb. birçok alt turizm türünün ortaya çıkmasını sağlamıştır.

2.2.6. İnanç Turizmi

İnsanlarla birlikte var olan din ve bunun yayılması için dini amaçlı geziler hep var olmuştur. Dini seyahatlerin ortaya çıkışına neden olan peygamberler ve din büyüklerinin yaşadıkları yerler ve buralarda meydana gelen kutsal mekânlar olmuştur (Kaynak ve Sezgin, 2008: 349). İnanç turizmi, insanların dini amaç ve görevlerini gerçekleştirmek ve çeşitli dinler için önemli olan inanç merkezlerini görmek amacıyla gerçekleştirdikleri alternatif turizm türüdür (Sevinç ve Azgün, 2012: 19).

İnanç, seyahat etmek için güçlü bir nedendir. Çünkü din, kutsal olarak kabul edilen ve yeryüzünde ilahi bir varlığa bağlı olan yerlere yapılan ziyaretler, seyahatlerin ana motiflerinden biri olmuştur. Bu fenomen, İslam, Musevilik, Budizm, Jainizm, Hinduizm ve Katoliklik gibi birçok din için ortaktır ve en popüler dinler uygulamalarında hacca sahiptir (Alvarado-Sizzo vd., 2017: 14).

İnanç turizmi, hac, misyonerlik, manastır/manevi inziva, inanç temelli kamplar/etkinlikler, dini konferanslar ve toplantılar gibi bir dizi aktiviteyi kapsamaktadır (CBI, 2018). İnanç turizminin üç ana faydası tanımlanmıştır (Griffin ve Raj, 2017: 2):

1. İnanç turizmi, insanlığın ortak mirasının bilincini artırır ve korunma için kaynak sağlar.
2. Yerel gelişime katkıda bulunabilir.
3. Kültürel anlayış geliştirir.

2.2.7. Gastronomi Turizmi

Gastronomi turizmi, genel olarak bir yemeğin özgünlüğüne işaret eden ve bir yer, bir bölge veya bir ülkeye özgü olan yerli yemeklerin ve şarap turizminin ana alanlarını kapsamaktadır (Hall ve Mitchell, 2000: 30). Her ne kadar “gastronomi” birçok kaynakta yemek yeme ve içme sanatı olarak tanımlansa da aslında kimya, edebiyat, biyoloji, jeoloji, tarih, müzik, felsefe, psikoloji, sosyoloji, tıp, beslenme ve tarım ile doğrudan ilişkisi olan bir sanat ve bilim dalıdır (Kivela ve Crotts, 2006: 355).

Gastronomi turizmi bazı özel yiyecekler ile ilgili yiyecek üreticilerini, yemek festivallerini, restoranları ve özel mekânları ziyaret ederek, özel bir yemeği tatma, üretim ve hazırlık süreçlerini gözlemleme ya da çok ünlü bir şefin elinden özel bir

yemek yeme faaliyetidir (Hall ve Mitchell, 2001: 308). Gastronomi turizmi endüstrisi, yemek rehberlerinden ve restoranlardan ibaret olmayıp, her türlü mutfak deneyimini içerir. Bu sektörün içerisinde; aşçılık okulları, yemek kitapları satan dükkânlar, gastronomi tur operatörleri ve bu turların rehberlerini, gastronomi ile ilgili medya, televizyon programları ve dergiler, gastronomi ile ilgili aktiviteler, şarapçılar ve şarap bağları, bira fabrikaları, içki damıtım yerleri, tarla sahipleri ve üreticileri bulunmaktadır (Çağlı, 2012: 24). Gastronominin turizme katkılarından bahsetmek gerekirse (Yılmaz, 2015:15-20):

- 1- Destinasyonların farklılaşmalarına temel oluşturmaktadır.
- 2- Destinasyonların pazarlanmasında önemli rol oynamaktadır.
- 3- Destinasyonların tanıtılmasında önemli bir unsur olarak kullanılmaktadır.
- 4- Turistler için bir seyahat motivasyonu olabilmektedir.
- 5- Turistlerin destinasyonları seçmesinde etkili olabilmektedir.
- 6- Turistlerin bir destinasyonu tekrar ziyaret etmelerini sağlayabilmektedir.
- 7- Turist memnuniyetine katkı sağlayabilmektedir.
- 8- Destinasyonun ekonomik gelişimine yarar sağlamaktadır.
- 9- Turizm paydaşları için değer yaratmaktadır.

2.2.8. Gençlik ve Eğitim Turizmi

Gençlik turizmi, 15-24 yaş arasındaki genç tüketicilerin yanında herhangi bir yakını bulunmaksızın, turizm hareketine katılmasıyla oluşur (Kozak vd., 2015: 24). Gençlik turizmi, gençlerin son derece çeşitli motivasyonları tarafından belirlenen birçok faaliyete sahiptir. Gençlik turizmi kapsamında yapılan faaliyetler arasında eğitim turizmi, gönüllü programlar, iş ve seyahat programları, kültürel değişimler, spor turizmi ve macera seyahati bulunmaktadır (Olimpia, 2011: 118).

Eğitim turizmi eğitim sürecini iyileştirmeyi amaçlamaktadır. Yurtdışında burs, eğitim, gezi, yabancı dil kursları gibi seyahat paketleri sunarak eğitim deneyimlerini zenginleştirmek eğitim turizmi faaliyetleri arasında yer almaktadır.

Eğitim turizmi ile çocuklar, öğrenciler, yüksek lisans öğrencileri, doktora adayları için dünyadaki birçok üniversite ve kuruluş tarafından oluşturulmuş uluslararası kurslar sunulmaktadır (Olimpia, 2011: 118). Eğitim turizmi ayrıca,

üniversite seviyelerinde düzenlenen yaz okullarını, ulusal ve uluslararası düzeylerde düzenlenen tema kamplarını da içermektedir.

2.3. GÖNÜLLÜ TURİZM

2.3.1. Gönüllü Turizmin Kavramsal Açıdan İncelenmesi

Turizmin bireysel refahı iyileştirmek, kültürler arası anlayışı geliştirmek, öğrenmeyi kolaylaştırmak, kültürel korumayı desteklemek, kalkınmayı desteklemek, çevre korumayı desteklemek, barışı ve küresel bilinci teşvik etmek ve küresel olarak farkındalık yaratmak gibi birçok işlevi vardır (Cohen ve Kennedy, 2000: 212).

Kitle turizmi, gelişmekte olan ülkelerde turizmin gelişmesi için vaat edilen menfaatleri sağlamadaki başarısızlığı ve çoğu kez de bağımlılıkları güçlendirmesi nedeniyle eleştirilmektedir. Turizm endüstrisi kitle turizmi eleştirilerine yanıt olarak işleri düzeltmek için turizmi yürütmenin yeni yollarını aramaya çalışmaktadır. Bu yeni yollar alternatif turizm çeşitlerini ve sürdürülebilir turizmi içermektedir (Sin, 2009: 481-482).

Gönüllülük, yabancılara yarar sağlayan ve örgütsel bir ortamda gerçekleşen spesifik, sürekli, planlı, olumlu bir davranış türü olarak tanımlanmaktadır (Marta vd., 2006: 222). Gönüllülük sayesinde, yaban hayatını yakından görme, yerel topluluklarla etkileşim kurma ve yeni insanlarla tanışma olasılığı da artmıştır (Brightsmith vd., 2008: 2833). Snyder vd. (2011)'ne göre turizm ve sosyal sorumluluk bilincinin yayılmasının ardından, gönüllü turizm “küreselleşen ekonominin gelişimi, uluslararası ve iki taraflı ticaret anlaşmalarının kurulması ve uluslararası seyahat endüstrisinin genişletilmesi gibi süreçlerden dolayı” gelişebilmiştir.

Gönüllü turizm katılımcıların sorumlu olarak belirli projelere doğrudan finansal, işgücü ve entelektüel kaynaklarını aktardığı ve etkileşimli bir deneyim aradıkları turizm şeklidir (McGehee, 2014: 848).

Birçok kişi kişisel gelişimini deneyimlemek (Benson ve Seibert, 2009: 300), günlük yaşam zorluklarından kaçmak veya başka kültürleri öğrenmek amacı ile gönüllü turizme katılmaktadır (Lo ve Lee, 2011: 329).

Bazı bireyler bir sosyal ya da çevresel faaliyete katkıda bulundukları bir gönüllü tatilin lüks bir tatil köyünde geçirdikleri tatilden daha cazip olduğunu

algılayabilirler (Goodwin ve Francis, 2003: 272). Örneğin, pek çok turistin, kendi zevklerini deneyimleme şansını en üst düzeye çıkaran turizm deneyimlerini bilinçli olarak seçtikleri tespit edilmiştir (Wickens, 2002: 837).

Turizm ve gönüllülüğün tanımını birleştiren Wearing (2001) gönüllü turistleri zaman, bütçe ve insan gücü ile kültürel, çevresel ve manevi deneyimler kazanmak için evden uzak bir yere yatırım yapan insanlar olarak tanımlar. Gönüllü turist kavramı, çeşitli nedenlerden dolayı tatile çıkan ve organize bir şekilde bazı insanların maddi yoksulluğuna yardım etmeyi veya azaltmayı, belli yerlerin restorasyonunu, toplum ve çevre ile ilgili konularda araştırmayı içermektedir (Wearing, 2001: 1).

Yukarıdaki tanımlardan hareketle gönüllü turizm; çevresel, kültürel veya insani konular hakkında endişe duyan ve sadece turistlere değil, aynı zamanda yerli halka da fayda sağlamayı amaçlayan gönüllü hizmetler içeren bir turizm faaliyetidir (Chen ve Chen, 2011: 436).

Gönüllü turizm faaliyetlerine katılma sebebinin, standart paket tatilleriyle dolu hale gelen ve çeşitli deneyimler sunan alternatif seyahat türleri arayışında olan yeni bir seçici turist türünden kaynaklandığı söylenebilir (McCallin, 2001: 1).

Gönüllü turizm araştırmasının gelişimi geçtiğimiz on yılda muazzam olmuştur (Chen ve Chen, 2011: 435), çünkü fenomen hakkında farklı coğrafi bölgelerde farklı temalar altında çeşitli çalışmalar yapılmıştır (Benson, 2007: 135). Literatür incelendiğinde turizm araştırmaları bakımından gönüllü turizmin yeri ile ilgili çeşitli durumlar ve bakış açıları mevcuttur. Birçok turizm araştırmacısı gönüllü turizmi alternatif turizm türü olarak kabul ederken, bazı araştırmacılar ekoturizmin uzantısı, yeni bir turizm türü, niş turizm ve yeni ahlak turizmi olarak sınıflandırılması gerektiğini savunmuşlardır. Dalış, medikal ya da şarap gibi diğer niş turizm biçimlerinin aksine, gönüllü turizm endüstrisinin altında bulunan bir dizi küçük niş ile birlikte makro haline dönüştüğü iddia edilebilir (Stainton, 2016: 256). Bazı araştırmacılar gönüllü turizmi, yardım, fedakâr, adalet, yoksul yanlısı veya iyi niyet turizmi gibi değerler ile konumlandırmaktadırlar.

Gönüllü turizmindeki büyümenin nedenleri, genel olarak alternatif turizmin yükselişine dayanmaktadır, ancak daha spesifik olarak, tüketicilerin tüketim alışkanlıklarında bir sorumluluk unsuru taşımaları seyahat edenler arasında giderek daha fazla yayılmaya başlamıştır (Sin, 2010: 991). Gönüllü turistlerin, ihtiyaç duyan

insanlara yardım etme, başkalarının hayatlarında bir fark yaratma arzusu ve fedakârlık ile motive edildiği söylenebilir (Wearing, 2002: 237). Öte yandan, gönüllü turistlere atfedilen pek çok motivasyon; hayatta kalma, başkalarına karşı ilerleme ve hoşgörü gibi değerlere dayanan “sosyal egoizm” den kaynaklanmaktadır (Coghlan ve Fennell, 2009: 381). Gönüllü turizmin sermayesi olarak ayrıcalıklı tarafın diğerlerine ihtiyaçlarını geri vermesine yönelik genel bir ihtiyaç duygusunun olduğu açıktır (Lyons vd., 2012: 369). Pek çok kişi için gönüllü turizm daha önce görülmemiş bir mekân deneyimine yakınlaşmaya izin veren ve aslında turizm için otantik bir seyahate doğru çıkış yoludur (Sin, 2010: 987).

Gönüllü turizm iki boyutlu bir şekilde algılanmaktadır; birincisi “tatilcilerin” bir bölgenin veya yerel bir topluluğun çevresini geliştirmek için kurulmuş olan projelerde çalışmalarına gönüllü olmaları gerçeğidir. İkinci boyut, katılımcı bu tür projelere katkıda bulunarak kişisel tatmininin gelişmesine odaklanır (Callanan ve Thomas, 2005: 184).

Gönüllü turizme katılan turistler zaman katkısı açısından üçe ayrılır: Devamlı gönüllüler, düzenli ve sürdürülebilir bir şekilde bir organizasyona gönüllü olanlar; epizodik gönüllüler, nadiren, arada ya da kısa vadede bir organizasyona gönüllü olan esnek gönüllülük modellerine sahip olanlar; sezonluk gönüllüler ise, sadece turizm sezonunda yer aldığı durumu yansıtmaktadır. Sezonluk gönüllüler hem epizodik hem de devamlı gönüllülüğün unsurlarını sergilerler; hem belirli bir zaman için (sezon) gönüllü olurlar hem de düzenli katılırlar (Holmes ve Smith, 2012: 40).

Gönüllü turizmde ana fikir, gönüllülerin ev sahibi toplumda bir çeşit olumlu etki yaratmak için tatillerini kullanmalarıdır. En iyi ihtimalle gönüllü turizm, turizm akademisyenleri ve aktivistlerinin kitlesel turizmine yüklediği aşırı tüketim, sömürücü ve ekolojik olarak zarar verici etkilerden kaçınmasıdır. Doğal olarak, STK'lar ve diğer kalkınma örgütleri gönüllü turizmin ekonomik kalkınma çalışmalarına katkıda bulunma potansiyelini fark etmişlerdir (Keese, 2011: 259).

Gönüllü turizmin katılımcının ziyaret süresi, belirli bir projeye katılımın derecesi (pasiften aktif olana), katılımcının beceri/yeterlilikleri, projenin kendi kendini geliştirmeye odaklanması ve deneyimin yerel topluma katkısı ile ilgili bir dizi faktöre dayanarak yapısının çözülmesi daha uygundur (McCallin, 2001: 1).

Gönüllü turizm; bireyler, topluluklar, kurumlar veya çevre için yararlı sonuçlar elde edilmesini amaçlayan projeler üzerinde kişinin tatillerindeki gönüllülük eylemi anlamına gelmektedir. Gönüllü turizm projelerine örnek olarak: yabancı dil öğretimi, toplum refahı programlarına katılma, bilimsel araştırma çalışmalarını destekleme ve doğal çevreyi korumaya yönelik çalışmalar yer almaktadır.

Turizm ve gönüllülük, motivasyonlar ve niyetler arasında “hem gönüllünün hem de ev sahibi toplulukların deneyimlerden elde edebilecekleri karşılıklı olarak yararlı bir seyahat biçimi” mantığına sahiptir (Raymond ve Hall, 2008: 530). Gönüllü turizm; koruyucu (benliğin ve olumsuz duyguların olumsuz özelliklerinden egoyu koruma), değerler (başkaları için fedakârlık ve insani kaygı gibi önemli değerlerin ifade edilmesi veya harekete geçirilmesi), kariyer (kariyer beklentileri ve deneyimleri kazanma veya iyileştirme), sosyal (sosyal ilişkileri güçlendirme veya kazanma), anlama (dünya, beceri veya yetenekler hakkında yeni öğrenme deneyimleri) ve iyileştirme (kişisel gelişim, psikolojik ve ego geliştirme) olmak üzere altı motif içermektedir (Kitney vd., 2018: 1092).

Gönüllü turizm aktiviteleri ortak hedef ve değerlere sahip bireyler topluluğu oluşturarak, hem sosyal ağların gelişimi hem de bilinçlenme deneyimleri için verimli bir zemin sağlayarak katılımcıların hayatlarını etkileyebilir (McGehee ve Santos, 2005: 764).

Gönüllü turizm deneyiminin benzersizliği sosyal ağ bağlarını artırabileceğini ve bilinçlendirme fırsatları sağlayabileceğini açıklamaktadır. Gönüllü turizm, gönüllü turizm faaliyetlerine katılan turistlerin diğer gönüllüler, araştırmacılar, yerel yetkililer ve bölge sakinleriyle yüksek düzeyde etkileşim ittifakının kurulmasını kolaylaştırır (McGehee ve Santos, 2005: 764). Bu etkileşim uzun olmamasına rağmen çoğu zaman yoğun etkileşim süreyi telafi eder. Gönüllüler genellikle yemek, uyku alanları, eğitim zamanlarını paylaşırlar ve gezi boyunca sahalara birlikte seyahat ederler. Bu aktiviteler sosyal ağlar hakkında bilgi alışverişi yapmak ve gelişmiş bağlar kurmak için birçok fırsat sunmaktadır (McGehee ve Santos, 2005: 764).

Gönüllü turizm pazarının büyüklüğünün; sağlayıcıların, projelerin ve gönüllü pozisyonların çeşitliliği ve özellikle küçük ölçekli kuruluşlardan yayınlanan verilerin eksikliği nedeniyle hesaplanması zordur. Aynı zamanda Dünya’da ve Türkiye’de

gönüllülük faaliyetlerine ya da gönüllü turizm faaliyetlerine katılanların sayısının kesin olarak bilinmediği görülmektedir. Gönüllü turizm pazarının büyüklüğünün literatüre kazandırılması gerekmektedir.

2.3.2. Gönüllü Turizm İle İlgili Literatür Taraması

Bu kısımda dünya turizm literatüründe şimdiye kadar yapılan gönüllü turizm ile ilgili araştırmalar hakkında bilgiler verilmektedir. Bu araştırmaların içerikleri özetlenerek sunulmaktadır.

Otoo ve Amuquandoh (2014) gönüllü turistlerin Gana'ya gelme nedenleri üzerine yaptığı araştırmada, araştırmaya katılan 410 gönüllü turistten fedakârlık ve öğrenim, hayırseverlik ve sosyalleşme olmak üzere üç temel motivasyona sahip olduğunu söylemişlerdir.

Agyeiwaah vd. (2014) araştırmasında Gana'ya gelen uluslararası gönüllü turistlerin konaklama tercihleri incelenmiş ve 151 katılımcının verdiği bilgilere göre bu katılımcıların %62,1 ev sahibi yanında, %22,3 evlerde ve %15,6 ise otel işletmelerinde konaklama ihtiyacını karşılamıştır. Gönüllü turistlerin ev sahibi yanında konaklama tercihlerinin nedeni %25,3 kültürel alışveriş, %22,2 toplum hizmeti ve gelişimi, %20,1 sosyal etkileşim, %19,2 ucuz fiyat ve %13,2 ile güvenli ve sıcak bir ev ortamı olarak tespit edilmiştir.

Roques vd. (2018) 2009-2016 yılları arasında Güney Afrika'ya gelen gönüllü turistlerin ekosistem araştırması ve korunmasına yönelik katkılarını incelenmiş ve çalışmada ülkeye gelen turistlerin %35'inin 3-4 hafta konakladıkları, %42'sinin korunmaya yönelik projelere katıldıkları ve %57'sinin sosyal faydaya odaklandıkları sonuçlarına ulaşılmıştır.

Otoo (2014) uluslararası gönüllüğün kısıtlarını belirlemek istediği araştırmada örgütsel, yapısal, kişilerarası ve işle ilgili kısıtlamaların olduğu sonucuna varmıştır. Bu kısıtlamaların eğitim, okul durumu ve geçmiş gönüllü deneyimi ile ilgili olduğunu belirtmiştir.

Qi vd. (2018) Yeni Zelanda ve Çin'de dört etkinlikte gönüllü deneyimlerine odaklanan çalışmada, etkinliklerde karşılaşılan zorlukları ve kültürel zekâyı keşfetmeyi amaçlamışlardır. Yapılan analiz sonucunda kültürel zekânın gelişmiş bir

deneyim sağladığı ve kültürlerarası etkinliğin olmamasının zorluklara yol açtığı sonucuna varılmıştır.

Park (2018) Kamerun’da düzenlenen gönüllü turizm faaliyetlerine katılan üniversite öğrencilerine içme suyu ve toplum sağlığı faaliyetleri hakkında bilgi vermiştir. Çalışma sonucunda üniversite öğrencilerinin, gönüllü turizmin faydalarından bir tanesi olan kültürel etkileşim ile birlikte küresel eşitsizliği gözlemlemesinin sağlandığından bahsedilmiştir.

Callanan ve Thomas (2005) çalışmalarında gönüllü turizmi makro niş pazar olarak nitelendirmişler ve gönüllü turistleri faaliyet sürelerine göre “Derin gönüllü turist” (6 aydan fazla), “Orta düzey gönüllü turist” (2-4 ay) ve “Gölge gönüllü turist” (1-2 hafta) olarak sınıflandırmışlardır.

Brightsmith vd. (2008) ekoturizmin finans kaynağı olarak gönüllü turizmi incelemişler ve bu bağlamda bir ekoturizm operatörü ve gönüllü bir STK’nın ekoturizm koruma projesi kapsamında gönüllü turistlerin finans ve iş gücü araştırması yapmışlardır.

Wong vd. (2014) çalışmalarında bireysel düzeyde kültürel yönelimin ve psikolojik duyguların, gönüllü ya da kendini beğenmiş tatil paketleri tercihini etkileyip etkilemediğini incelemiştir. Araştırma sonucunda kültürel yönelimin gönüllü turizm satın alma konusunda etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Scheyvens (2002: 102)’ e göre bazı bireyler gönüllü turizmi “zevk dolu kendini beğenmiş bir tatilden daha anlamlı bir şey” elde etmek için bir araç olarak kullanmaktadırlar.

Kontogeorgopoulos (2017) varoluşçu bir bakış açısı ile gönüllü turistlerin motivasyonlarını araştırmış ve turistlerin gönüllü turizm faaliyetleri ile birlikte kendilerini gerçekleştirdiği sonucuna ulaşmıştır.

Lyons vd. (2012) kültürlerarası anlayışın ve küresel bir vatandaşlık etiğinin teşvik edilmesi konusunda gönüllü turizm faaliyetlerinin değerlendirilmesini ele almışlardır. Bu bağlamda paket tur operatörlerinin gönüllü turizm programları ve ürünleri hazırlamaları, STK’ların ve hükümetlerin hoşgörüyü teşvik etmeleri konusuna değinmişlerdir.

Grimm ve Needham (2012) gönüllü turistlerin gönüllü kurumları ve gönüllük projelerini seçim konusuna odaklanmışlar ve araştırmaları gönüllü turistlerin

neredeyse hepsinin internet bazlı kaynaklardan kurumlar ve projelerle tanıştıklarını ve seçim yaptıklarını ortaya koymuştur.

Lo ve Lee (2011) gönüllü turistlerin gönüllü gezilere katılmalarında etkili olan yerel halk ile kültürel etkileşim, aile üyeleri ile ortak deneyim, dini katılım, günlük yaşamdan kaçmak ve yardımcı olmak üzere beş motivasyon faktörünü incelemişlerdir. Araştırma sonuçlarına göre yardım etmek ve sevgi/ilgi gösterme arzusunun en güçlü motivasyon faktörleri olduğu tespit edilmiştir.

McGehee (2012) çalışmasında gönüllü turizm ile ilgili gelişmekte olan araştırma alanlarının kuramsal bir temele oturtulmasının zor olduğunu belirtmiş ve gönüllü turizmin çelişkili birkaç durumunu eleştirel bir şekilde analiz ederek tüm paydaşlara uygulanabilecek bir model sunmaya çalışmıştır.

Coghlán ve Fennell (2009) gönüllü turistlerin motivasyonlarını anlamak için 43 akademik makale incelemişler ve makale sonuçları dâhilinde fedakârlık kavramının gönüllü turizm ile ilişkisini açıklamaya çalışmışlardır. Çalışma sonuçlarına göre gönüllü turizmin, gönüllü turistlerin proje uygulanmalarına ve hedeflenen amaçlarına bağlı olarak, yerel çevrelerin ve toplulukların yararına olacak bir sosyal egoizm biçimini temsil ettiğini söylemişlerdir.

Gazley (2001) çalışmasında gönüllü turizmi gönüllülük eğilimleri bağlamında açıklamaya çalışmış ve gönüllü turistlerin çalışmak istediği kurumların ihtiyaçları üzerine odaklanmıştır.

Gray ve Campbell (2007) Kosta Rika'da gönüllü turizm ile ilgili bir vaka çalışması ile gönüllü turizmin modifiye edilmiş bir ekoturizm ürünü kapsamında değerlendirmişlerdir. 36 paydaşla yapılan görüşmelerde gönüllü turizmin algıları araştırılmıştır. Bunlar estetik ve ekonomik değerler açısından analiz edilmiştir. Paydaşların görüşleri genel olarak olumluyken, önemli farklılıklar bulmuşlardır.

Halpenny ve Caissie (2003) Kanada'da 3-17 günlük koruma tatillerinde yer alan gönüllülerin deneyimlerini araştırmışlar ve özellikle doğa ile ilgili tutum ve değerlerini tanımlamışlardır. Araştırmacılar gönüllü turistlere dair egoist kaygılar, fedakâr kaygılar ve doğa merkezli kaygılar olmak üzere üç tür kaygı tespit etmişlerdir. Deneyimlerin değerlendirilmesine baktığımızda, gönüllülerin doğaya dair algılarını dışsal bir fenomenden içsel olana dönüştürmede genellikle başarısız olduğu sonucuna varılmıştır.

McGehee ve Santos (2005) gönüllü turizmi, toplumsal hareket teorilerini kullanarak araştırmışlar ve gönüllü turizme katılımın seyahat sonrası sosyal yaşam aktiviteleri üzerinde olumlu bir etkisi olduğunu tespit etmişlerdir. Deneyim sırasında ve sonrasında oluşan sosyal ağ bağlarının gelişimi ve bilinçlenme deneyimleri tartışılmıştır.

McGehee (2002) Earthwatch Expedition kurumu gönüllüleri arasında sosyal hareket katılımındaki değişiklikleri açıklamak için sosyal, psikolojik ve kaynak tahsisi kuramlarını kullanan bir model geliştirmiştir. Gezi öncesi ve sonrası anketleri kullanarak, bir keşif seyahatinde kurulan sosyal ağların sonucu olarak, keşif seyahatine katılımın sosyal hareket faaliyetleri üzerinde olumlu bir etkisi olduğunu bulmuştur.

McIntosh ve Zahra (2007) alternatif ve sürdürülebilir deneyimler arayışında gönüllü turizm ve kültür turizmi arasındaki bağları incelemişler. Maori toplumunda gönüllü olan 12 Avustralyalı ziyaretçinin deneyimlerini incelemek için nitel araştırma kullanmışlar. Araştırma ile Yeni Zelanda'da modern Maori yaşamının zengin ve gerçek bir kültürel içeriğe sahip olduğu ve deneyimlerle birlikte yararlı bir etkileşim sağladığı sonucuna varılmıştır.

Mustonen (2006) gönüllü turizmi postmodern turizm bağlamında incelemiş ve genel turist ile gönüllü turistlerin arasındaki farklılığın inanç ile bağlantılı olduğunu savunarak temel farklılıkların gönüllü turistlerin fedakâr içgüdülerini takip ettiklerini ve kutsal bir bilince sahip olmalarından kaynaklandığını söylemiştir.

Simpson (2004) turizmin hedonizmini fedakârlık ile birleştirmeyi amaçlayan üçüncü dünya gönüllü turizm programları olgusunu araştırmıştır. Çalışmada gönüllü turizmde kamusal alanın eleştirisini yaparken, gönüllü turizm seyahati eden katılımcıların karşılaştıkları kişiler hakkında ne öğrendiklerini sorgulamaktadır.

Uriely vd. (2003) gönüllü turizmin postmodern turizmin bir ifadesi olduğunu ve gönüllülük kavramının gönüllü misafirlerin ötesinde genişletilmesi gerektiğini ve yerel turizm endüstrisinde gönüllü olan ev sahiplerini de içerdiğini öne sürmüşlerdir. Gönüllü turistlerin kendi kendilerini geliştirmelerine ek olarak, kendi imajlarını geliştirebileceğini, kendi sunumlarını yapmak için gönüllülüklerini kullanabileceğini ve ev sahibi-konuk karşılaşmasının doğası ve sonuçlarının gönüllü turizmin farklı ortamlarına göre değişebileceğini savunmuşlardır.

Brown (2005) gönüllü turistler ile çeşitli mülakatlar yaparak gönüllü turizm motivasyonlarını incelemiştir. Temel anlamda, kültürel etkileşim, yardım etme arzusu, deneyimden elde edilen dostluk ve aile olma olmak üzere dört tema ortaya çıkmıştır. Çalışmanın turizmin barış yoluyla gelişmesine iyi bir örnek olabileceğini söylemiştir.

Campbell ve Smith (2006) Kosta Rika'daki bir projede gönüllülerin deniz kaplumbağalarına yönelik değer biçimlerini incelemiştir. Gönüllü değerlerinin karmaşıklığı, 31 gönüllü ile yapılan görüşmeler kullanılarak araştırılmıştır. Sonuçlar gönüllülerin deniz kaplumbağaları için çoklu ve karmaşık değerlere sahip olduklarını ve bunların insan-çevre ilişkilerini altüst etmeye yarayan etkileri olduğunu belirtmişlerdir.

Coghlan (2006) gönüllü turizm örgütleri arasında oluşturulan birçoklu sıralama prosedürü kullanarak potansiyel turistlerin gönüllü turizm kuruluşlarına yönelik algılarını incelemiştir. Sonuçlar, katılımcıların gönüllü deneyim ve tatil deneyimi sunan kurumları birbirinden ayırt ettiğini ileri sürmüştür. Ayrıca yüksek bir deneyim düzeyine sahip olan katılımcıların deneyimlerinde farklı yararlar aradığı saptanmıştır.

Coghlan (2007) gönüllü turizmin organizasyonel imajlarını tanımlamış ve bu imajların gönüllü turistlerin beklentilerini nasıl etkilediğini ortaya koymuştur. Gönüllü turizm organizasyonlarının tanıtım materyallerinin içerik analizi yapılmış ve bu materyaller “koruma araştırması seyahatleri”, “koruma tatili seyahatleri”, “koruma macera seyahatleri” ve “topluluk olarak tatil seyahatleri” olarak tanımlanmıştır.

Terry (2014) araştırmada WorldWide Opportunities on Organic Farms (WWOOF-ABD) tarafından Carolinas'ta uygulanmakta olan projeler kapsamında gönüllü turizmin değerini değerlendirmiştir. Bu özel turizm biçiminin beraberinde getirdiği işgücü yaratma, sosyal ve ekonomik faydalarının da olduğunu belirtmiştir.

Keese (2011)'nin çalışması gönüllü turizm ile ilgili sivil toplum örgütlerinin çalışmalarını yapmak için ülkeleri ve gidilebilecek yerleri seçmek için kullanılan ölçütlere odaklanmaktadır. Aynı zamanda turist aktivitelerini nasıl kullandıklarını, imajı pazar hedeflerine nasıl yerleştirdiklerini ve potansiyel gönüllüleri nasıl çekeceklerini değerlendirmiştir.

Strzelecka vd. (2017) çalışmalarında çağdaş çevre koruma gönüllü seyahati bireylerinin çevresel görüşleri, tüketim değerleri ve koruma gönüllüsü yolculuğuna dâhil olma niyetleri arasındaki ilişkileri araştırmıştır. Çalışma sonuçları koruma gönüllü seyahatinin hedonik ve faydacı değerlerinin koruma projelerinde gönüllü olma niyetine ilişkin çevre yanlısı görüşler arasındaki ilişkilere aracılık ettiğini ortaya koymaktadır.

Alexander (2012) çalışmasında yaş, cinsiyet, proje türü ve kalış süresinin gönüllü turizm deneyiminin üzerindeki etkilerini araştırmıştır. Araştırma sonuçlarına göre gönüllü turizme katılanların çoğunluğu 30 yaşından daha küçük olduğunu, gönüllü turizme katılımda cinsiyetin önemli bir faktör olduğunu, uzun dönemli projelerle gönüllü turizme katılanların kısa dönemli gönüllülere nazaran kültürel iletişiminin daha yüksek olduğunu ve proje seçiminde cinsiyetin önemli faktör olduğunu tespit etmiştir.

Chen ve Chen (2011) nitel araştırma yöntemi kullanarak bir durum araştırması yapmışlar ve uluslararası gönüllü turistlerin motivasyonlarını ve beklentilerini çeşitli sınıflandırmalar altında açıklamışlardır.

Gallarza vd. (2013) gönüllük faaliyetine katılan 711 gönüllü turisti değer yaklaşımı bazında incelemişler ve araştırma sonuçlarına göre gönüllüğün duygusal bir eylem olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Conran (2011)'ın Kuzey Tayland'daki üç sivil toplum örgütü arasında dokuz aylık etnografik saha çalışmasına dayanan araştırması, gönüllü turizmin insanlar arasında arabuluculuk yapan bir yaklaşım olduğunu göstermektedir. Ayrıca gönüllü turizmin sosyal adalet konusunda destek olabileceğini ileri sürmektedir.

Wearing ve McGehee (2013) gönüllü turizmin son durumunu ortaya koymak amacı ile gönüllü motivasyonu, gönüllü turizm deneyimi, gönüllü turizm organizasyonu ve toplumun rolü konularındaki çalışmaları incelemişlerdir.

Benson ve Seibert (2009) Alman şirketleri tarafından Güney Afrika Gönüllü Programı için işe alınan Alman gönüllülerinin motivasyonlarını incelemişlerdir. Sonuç olarak gönüllülerinin en önemli beş motivasyon faktörünün; yeni ve farklı bir şey deneyimlemek, Afrikalı insanlarla tanışmak, başka bir ülke ve kültür hakkında bilgi edinmek, başka bir ülkede yaşamak ve bilgi edinmek olduğu tespit edilmiştir.

Sin (2009) gönüllü turizme eleştirel bir bakış açısı ile hazırladığı çalışmasında katılımcıların gönüllü turizm performanslarını, gönüllü turizmin amaçlarını, bu amaçların nasıl belirlendiğini ve gönüllü turizmi çevreleyen ilişkileri ve gerilimleri incelemiştir.

Kitney vd. (2018) çalışmalarında Kamboçya Deniz Koruma Programının bir parçası olarak gönüllü olarak katkıda bulunan turistlerin motivasyon faktörlerini araştırmışlardır. Sonuç olarak proje tabanlı ve yeni öğrenmeye dayalı faaliyetlerin en önemli motivasyon araçları olduğu ortaya çıkmış ve ayrıca kariyer, sosyal faktörler ve fark yaratma isteği de destekleyen faktörlerdir.

Polus ve Bidder (2016)'ın çalışmalarında bireylerin gönüllü turizm programına katılmalarını sağlayan faktörlerin belirlenmesi, gönüllü turist deneyimlerini gönüllü turizm deneyimleriyle incelenmesi ve gönüllü turistlerin memnuniyet düzeyi ile davranışsal niyetleri arasındaki ilişkinin belirlenmesi incelenmiştir.

Barbieri vd. (2012) gönüllü turizm deneyimleri üzerine yaptıkları çalışmada gönüllü turizmin, özellikle kendi kendini geliştirme, yerel halkla bağ kurma, yerel yaşam tarzının yaşanması gibi tatminkâr bir deneyim olduğunu ortaya koymaktadır.

Bailey ve Russell (2012) bir gönüllü turizm deneyimine katılan üniversite öğrencilerinin başlangıçtaki durumları ve gönüllü turizme yönelik büyüme eğrileri arasındaki farklılıkları araştırmayı amaçlamışlardır. Çalışma, gönüllü turizm deneyimi özelliklerinin gönüllü turistlerin beklentileri ve algıları arasında önemli bir fark olduğunu ortaya koymaktadır. Ayrıca araştırma, gönüllü turistlerinin tamamen yeni bir şey yaşama ve yerel insanlarla etkileşim kurma arzusuyla programlara katıldığını göstermektedir.

2.3.3. Gönüllü Turizm Faaliyetleri

Gönüllü turizm ürünleri hem turizm hem de gönüllü piyasaları için yeni bir üründür. Devlet kurumları, sivil toplum örgütleri, ticari operatörler ve hatta akademik kurumlar gibi birçok paydaş bu tür ürün ve hizmetler sunmaya başlamışlardır (Ellis, 2003: 45).

Callanan ve Thomas (2005) çalışmalarında gönüllü turizmin tanımlarını iyileştirmek için kültürel turizm, ciddi tatil, yardım turizmi, sorumlu turizm, ahlak

turizmi, ekoturizm, alternatif turizm ve sosyal turizm gibi birçok farklı turizm ve boş zaman aktivitesiyle bağlantı kurmuşlardır.

Gönüllü turizmi, staj seyahatleri (Simons ve Cleary, 2005), çalışma turu (Haloburdo ve Thompson, 1998), kariyer molası (Gilmour ve Saunders, 1996), öğrenci değişim programları (Lyons ve Wearing, 2008), hayır işleri, hizmet-öğrenme programları (Yates ve Youniss, 1998) olmak üzere çeşitli şekillerde gerçekleşir.

Uluslararası gönüllüler çeşitli işler üstlenmektedirler. Örnekler arasında inşaat projeleri (okul, klinik veya tuvalet inşa etme gibi), halk sağlığı kampanyaları, İngilizce öğretimi, kadın ve gençlere yönelik sosyal hizmetler, küçük işletme geliştirme, sürdürülebilir tarım, çevre eğitimi, ağaçlandırma ve habitat koruması sayılabilir (Keese, 2011: 259). Ayrıca, gönüllü turizm kırsal alandaki topluluklara içme suyu temin ederek ve bu projelere maddi destek sağlayarak yoksullukla ilgili sorunlara sürdürülebilir bir çözüm sunabilir.

McMillon vd. (2009) gönüllü turizm proje etkinliklerini; tarım, arkeoloji, toplumsal gelişim, inşaat, ekonomik gelişme, eğitim, tarihi koruma, insan hakları, tıbbi/sağlık, doğa koruma (kara), doğa koruma (deniz), kimsesiz çocuklar, politik eylemler, profesyonel/teknik destek, kırsal gelişim, bilimsel araştırma, sosyal adalet, kadınların sorunları ve gençlik olmak üzere birçok türe göre sınıflandırmıştır.

Gönüllü turizm projesinin olumlu bir katkı sağlayabilmesi için, gönüllülerden ziyade yerel toplumun ihtiyaçlarına odaklanılmalıdır. Gönüllü yardımlarına toplumun gerçekten ihtiyaç duyması ve gönüllülerin yerel toplum için bir yük olmaması gerekmektedir. Böylece gönüllüler topluluğa bir çeşit değerli katkı sağlayabilirler (Bremen, 2015: 6).

Gönüllü turizm faaliyetleri ya da gönüllü turizm projeleri ile ilgili literatür ve alan yazı araştırmasına göre pek çok gönüllü turizm faaliyetinin uygulandığı ve yapıldığı görülmüştür. Gönüllü turizm ile ilgili faaliyetleri tablo halinde sınıflandırmak ve açıklamak konunun daha iyi anlaşılmasına yardımcı olacaktır (Bknz. Tablo-1).

Tablo-1: Gönüllü Turizm Faaliyetleri

Faaliyet Türü	Faaliyet İçeriği	Faaliyet Amacı
Tıbbi/Sağlık Hizmetleri	Kitle aşıları, ilaç yardımı, diş hekimliği, optometri, küçük ameliyatlar, hastalara ve doktorlara yardım, yaşlı bakımı	Sağlık hizmetlerine ihtiyaç duyan yerel halkın sorunlarını gidermeye yardımcı olmak.
Doğa Koruma	Ağaç dikme, hayvanların neslini koruma, hayvanlara yardım etme, yaşam alanlarının ve denizlerin temizlenmesi, küresel ısınma	Sürdürülebilir çevrenin ve hayvan haklarının korunmasını sağlamak.
Sosyo-kültürel Gelişim	Kadın ve gençlere yönelik sosyal hizmetler, kimsesiz çocuklara yardım etme, suçun azaltılması ve güvenliği teşvik etme, uyuşturucu ile mücadele etme	Yerel halkın sosyal ve kültürel açıdan eksikliklerini, ihtiyaçlarını gidermek ve halka yardımcı olmak.
Eğitim Faaliyetleri	Yabancı dil, müzik, drama, spor, el sanatları ve çevre eğitimi verme, çocuk bakım aktivitelerine katılma, okul kütüphanesi kurma, gençlik kampları düzenleme	Yerel halkın, gençlerin ve çocukların eğitim faaliyetlerine katkıda bulunmak.
Restorasyon ve İnşaat	Okul ve eğitim binaları inşa etme, tarihi yapıları restore etme, evsizler için barınak yapma	Destinasyonda çeşitli konularda yapılar inşa ederek toplumun ihtiyaçlarını gidermek.
Ekonomik Yardım	İhtiyaç sahiplerine ekonomik açıdan yardım etme, temel ihtiyaçlarını sağlama, su ihtiyacını karşılayacak projeler üretme	Ekonomik açıdan sosyal adaleti sağlamak adına yardıma muhtaç toplulukların ihtiyaçlarını gidermek.
Diğer	Politik kampanyalara katılma, barış için gönüllük, doğal afet durumlarında yardım etme, tarım işleri eğitimi verme ve yardımcı olma, iş alanları ile ilgili profesyonel destek verme	Destinasyonun ve yerel halkın ihtiyaç duyduğu diğer alanlarda yardımcı olmak, eksiklikleri gidermek.

2.3.4. Gönüllü Turizmin Etkileri

Hem gezginler hem de hizmet veren kuruluşlar, kitle turizmi eleştirilerinden kurtularak, gönüllü tatillerinin ideal bir alternatif turizm biçimi olduğunu ve uluslararası gönüllü seyahatlerin yararlarını kabul etmektedirler. Katılımcıların özgecil amaçlarını ve hatta kendini keşfetme isteklerini yerine getirme fırsatları olarak sunulan gönüllülük, geleneksel olmayan bir tatile özlem duyanlar için kapsamlı birçok fayda sunmaktadır (Garrison, 2015: 8).

Araştırmalar gönüllülüğün daha yüksek yaşam memnuniyeti sağladığını ve depresyonun azalmasına neden olduğunu ortaya koymuştur. Ayrıca daha iyi fiziksel sağlığa ve daha uzun bir yaşam sağladığını göstermektedir. Katılımcılar yaşadıkları yerden gönüllülük ile yurtdışı seyahatine katılarak yeni deneyimler kazanabilirler.

Gönüllü turizm hareketleri gelişmemiş ve gelişmekte olan ülkelere yapılan seyahatlerde yeni insanlarla tanışarak ve yeni arkadaşlar edinerek farklı yaşam tarzlarının öğrenilmesine yardımcı olmaktadır. Gönüllü turizm sırasında edinilen

deneyim, kişisel gelişime yardımcı olur. Ayrıca insanların hayatında fark yaratmak, para kazanmanın başarı hissinden daha fazla mutluluk verebileceği düşünülmektedir.

Yeni bir ülkeye yapılan seyahatler yeni dillerin ve yeni kültürlerin öğrenilmesine yardımcı olur. Yeni durumlara ve yeni ortama uyum sağlarken gönüllü turistlerin sabır kazanmasına katkı sağlar. Ayrıca gönüllü turizm katılımcıları daha sosyal hale getirir ve özgüveni artırır. Gönüllü turistlerin günlük yaşam tarzının dışına çıkarak yeni yerler keşfetmesi; yeni, yaratıcı ve özgün fikirler edinmesini sağlar.

Gönüllü turistler daha az gelişmiş ülkelerdeki insanlara, topluluklara ve çevrelere yardım ederek dünyada bir fark yaratmak istedikleri için fedakârdırlar. Bununla birlikte, gönüllük faaliyetleri gönüllüye kişisel faydalar da kazandırmaktadır. Gönüllüler, organize kalkınma çalışmaları yoluyla diğer ülkelerdeki insanlarla ilişki kurarak toplum hakkında bilgi sahibi olur, kritik küresel konular hakkında bilgi edinir ve bir tatmin duygusu kazanırlar. Ayrıca gönüllü turizm faaliyetleri öğrencileri işe veya yükseköğrenime hazırlar (Keese, 2011: 260-261).

Gönüllülerin çoğunluğu, gönüllü tatillere katılımlarının ardındaki asıl motivasyon kaynağı olarak daha az şanslı olanlara yardım etme isteğini sürekli olarak dile getirir de, bu deneyimler aynı zamanda mesleki deneyimleri geliştirme fırsatlarına da dönüşmüştür. Öğrenciler ve profesyoneller artık gönüllü turizmin uluslararası deneyimini kendi alanlarında rakiplerinin önüne çıkarabilecek bir ilerleme tekniği olarak görmektedirler (Garrison, 2015: 9).

Kişisel gelişim ve kendini gerçekleştirme anlamında gönüllü tatillerinin potansiyel bir avantajı vardır. Program sağlayıcıları ve geçmiş katılımcılar deneyimlerini, ev sahibi topluluklara ve kuruluşlara anlamlı bir şekilde sunarak yüksek düzeyde kişisel memnuniyet kazanma olarak tanımlamaktadır (Garrison, 2015: 9).

Gönüllüler, başkalarına yardım edebilecekleri ve küresel meseleleri öğrenebilecekleri bir destinasyon istemektedirler. Fakat aynı zamanda, eğlenceli, macera deneyimleyebilecekleri ve yaşayabilecekleri egzotik yerlere de seyahat etmek istemektedirler. Ayrıca gönüllü turistlerin kendilerini seyahatleri boyunca güvenli, rahat ve kontrol altında hissetmeleri gerekmektedir (Simpson, 2004: 682).

İnsanlar, günlük yaşam rutinlerinden alamayacakları kendini keşfetme ve kendini anlama gibi anlamlı deneyimler arayışında seyahat ederler (Wearing vd., 2008: 64). Gönüllü seyahat, genç yetişkinlerin dünyanın farklı bölgelerinden gelen insanlarla tanışmak, farklı kültürler hakkında bilgi edinmek, başka bir ülkede yaşamak veya bakış açısını genişletmek için eşsiz fırsatlar sunan bir seyahat türüdür (Benson ve Seibert, 2009: 298).

Ev sahibi ve konuk ortamlarındaki turizm gönüllüleri için faydalar benzerlik taşımaktadır. Bu faydalar kişisel gelişim, eğitim ve öğrenim, beceri ve iş tecrübesi, artan özgüven, kendine bir şey yapmak için zaman harcama olarak açıklanabilir (Holmes ve Smith, 2012: 48).

Gönüllülerin yürüttüğü gönüllü faaliyetlerin veya projelerin türleri gönüllü deneyimlerini etkileyebilir. Buna ek olarak gönüllük süresi de gönüllü deneyimlerini etkiler. Gönüllü turizm deneyimleri davranış ve değerler üzerinde doğrudan bir etkiye sahip olabilir. Aynı zamanda uzun ömürlü ve yaşamı değiştiren etkilere de sahip olabilir (McIntosh ve Zahra, 2007: 33).

Sherraden vd. (2008)'ne göre çoğu uluslararası gönüllü turizm ortamı uluslararası bilgi, dil becerileri, artan kültürel farkındalık ve karşılıklı anlayış gibi ek faydalar sağlayabilir. Gönüllü turist olmak destinasyonun ve kültürün daha derin bir şekilde deneyimlenmesini sağlayabilir.

McIntosh ve Zahra (2007)' ya göre geleneksel turizm eleştirmenleri, gönüllü turistlerin ziyaret ettikleri toplulukların gerçek kültürünü deneyimlemediklerini ve yerel bireylerle gerçek etkileşimde bulunmadıklarını ileri sürmektedir. Pek çok araştırmacı, hizmet ve turizm arasındaki kombinasyonun ideal ve gerçek bir deneyim yaratması nedeniyle gönüllülüğün bu sorunların çözümü olduğuna inanmaktadır. Gönüllü turizm ile birlikte yerel topluluk üyeleriyle etkileşimde bulunma karşılıklı anlayışı teşvik eder, seyahat arkadaşlarıyla etkileşim arkadaşlığı teşvik eder ve aile üyeleriyle birlikte çalışma bağları güçlendirir (Dykhuys, 2010: 16). Gönüllü turizm daha fazla anlayışa ve dolayısıyla gönüllüler ve topluluk üyeleri için karşılıklı olarak yararlı bir deneyime yol açan bir özgünlük ortamı yaratabilir.

Gönüllü turizmin merkezi, turizm girişimlerinin ev sahibi olan halka olumlu etkiler getirmesi gerektiği düşüncesidir (Sin, 2009: 482). Gönüllü turizmin ev sahibi topluluklar için değişim açısından olumlu sonuçları olabilir. Bununla birlikte bu

olumlu sonuçlar destinasyondaki turistik yerlere, gönüllü turistlerin geldiği topluluklara, destinasyon servislerine ve etkinliklerine de yansıyabilir. Gönüllü turizmin bütün topluluklar için olumlu çıktıları şöyle sıralanabilir;

- Finanse edilmeyecek veya tedarik edilmeyecek hizmetlerin sağlanması (yeni altyapı, tarihi alanların ve eserlerin korunması gibi),
- Çevresel faydalar (türlerin ve habitatların korunması, çevre yönetimi gibi),
- Sosyal gelişim faydaları (örneğin, gönüllü turist projeleri aracılığıyla eğitim ve sağlık alanındaki faaliyetler),
- Politik faydalar (toplumun güçlendirilmesi, farkındalık ve anlayışın artması gibi),
- Beceri ve uygulama edinimi yoluyla insan sermayesinin geliştirilmesi,
- Yerel kültür ve çevrenin tanınması (Yerel topluluğun bir etkinliğe ev sahipliği yaparak kutlanması gibi)

Gönüllü turizmin toplumsal sonuçlarını; gönüllülüğün sosyal sermayenin gelişimine katkısı, gönüllülük kapasitesinin ve aktif vatandaşlığın gelişimi, gönüllülük sonucunda sosyal ve çevresel değerlerde değişiklikler olmak üzere üçe ayırabiliriz (Holmes ve Smith, 2012: 60).

Gönüllüler, yabancı bir topluma fayda sağlamak için zaman, para ve iş anlamında katkıda bulunsalar da, sıklıkla vurgulanan bir fayda, gönüllü turistin yerel bir topluluk ile interaktif deneyimlerinden elde ettikleri içsel ödüllerdir. Bu içsel ödüller kişinin yaşam tarzını kaçınılmaz olarak değiştirebilen değerler yaratarak ve kişisel bilinçte bir değişime neden olarak benlik ile ilgili büyük bir farkındalık kazanmaya dönüşebilir (Wearing, 2002: 238).

Gönüllüler ve yerel halk arasındaki ilişkilerin daha özgün ve güçlendirici deneyimlere yol açtığına inanılmakta ve uluslararası anlayışı güçlendirmenin bir yolu olarak da vurgulanmaktadır. Kültürlerarası eğitimin kişisel gelişim, mesleki gelişim ve sosyal sorunlara yönelik tutumların değişiminde potansiyel olarak faydaları bulunmaktadır (Garrison, 2015: 11).

Gönüllü turizm uluslararası bir öğrenim ortamı sunarken geleneksel turizmin çok ötesine geçmektedir. Gönüllü turizm programları insani ve hizmet odaklı olmasından dolayı yüksek düzeyde kültürler arası değişim sunabilir. Gezilerin ve projelerin eşsiz doğası, katılımcıların farklı kültürler hakkında bilgi edinme

yeteneklerini arttıran, küresel vatandaşlıklarını daha da geliştiren “ilgi çekici, gerçek, yaratıcı ve karşılıklı olarak faydalı” ortamlar yaratmaktadır.

Sosyal adalet ve aktivizm konularında artan gönüllü turizm katılımı makro düzeyde bir yarar olarak görülmektedir. McGehee ve Santos (2005) araştırma sonuçlarında “gönüllü turizme katılımın hem yolculuk sonrası sosyal hareket aktiviteleri hem de küresel aktivizmi desteklemesi üzerinde olumlu bir etki yarattığını” açıklamışlardır. Ayrıca uluslararası gönüllülüğün kısa süreli kısıtlanmasına rağmen programların, bilinçliliği ve sosyal farkındalığı teşvik etmeyi başardıklarını söylemişlerdir.

2.3.5. Gönüllü Turizme Hizmet Eden Kuruluşlar

Gönüllü turizm I. Dünya Savaşı sırasında daha laik ve küresel bir fenomen haline geldi. Dünya savaşın karmaşasına atıldığı için, savaş çabalarını desteklemeye yardımcı olmak için hükümet ve sivil toplum kuruluşları kuruldu. Bu örgütlerden biri Avrupa çapında gönüllü hemşireler göndermek için 1909 yılında gönüllü yardım grubunu oluşturan İngiliz Kızılhaç örgütüdür. II. Dünya Savaşı'ndan sonra, gönüllülük, 1951'de Uluslararası Avustralya Gönüllüleri kurulmasıyla hükümet tarafından finanse edilen bir hareket haline gelmiştir (Harlow, 2016: 1).

1953 yılında ise Amerikan eşdeğeri olan Uluslararası Gönüllü Hizmetleri kurulmuştur. Ekonomik ve sosyal kalkınmaya doğru harekete geçen Başkan Kennedy, 1961'de Barış Gücü'nü kurarak Uluslararası Gönüllü Hizmetlerini bir adım öteye götürmüştür. Sadece altı yılda Barış Gücü 55 ülkede gönüllü projeler geliştirmiş ve iki yıllık bir hizmet için 14.500 gönüllü ile sözleşme imzalamıştır. Bu organizasyondan ilham alan Birleşmiş Milletler, 1968'de BM Gönüllülerini yaratarak kendi gönüllü turizm programını oluşturmuştur (Harlow, 2016: 1). Bu çalışmalar oluşturulan ana temalar ile turizmin çevre ile uyum içinde gelişmesini sağlamak, turistlere maksimum fayda sağlamak ve yerel halkın refahına hizmet etmek amacıyla kamu ve özel sektör işbirliğini vurgulamaktadır (Godfrey, 1998: 214). Bununla birlikte bazı hükümetler gelecek turizm yaklaşımını belirleyecek; çevresel kaliteyi sağlayan ve aynı zamanda çevresel kaliteyi düşürmeyen kalkınmayı desteklemek, çevresel kalite endişelerinin anlaşılmasını saptamak, turist etki yönetiminin önemini vurgulamak, çevrenin korunmasına yardımcı olacak turizm çeşitlerini teşvik etmek

olmak üzere dört ilkeyi benimsemişlerdir (Godfrey, 1998: 214). Yeni politikalar, turizmin turistleri çekerken ve çevreye saygı gösterirken aynı zamanda daha geniş ve kalıcı bir değer ile pazara cevap vermesi gerektiğini belirtmektedir (Godfrey, 1998: 214).

Kamu yönetimindeki yeni paradigma, devletin halen üstlenmekte olduğu kamu hizmetlerini özel sektör ve gönüllü kuruluşlar ile koordineli olarak yerine getirmesini, toplumsal gelişimin ürettiği yeni hizmet alanlarında ise, devletin ancak özel sektör ve gönüllü kuruluşların yapmakta zorlandıkları hizmetlerde devreye girmesini gerektirmektedir (Ateş ve Nohutçu, 2006: 246).

Eşsiz gönüllülük ürünlerinin oluşturulması; devlet, özel sektör ve sivil toplum kuruluşları arasındaki ilişkilerin kurulması ve geliştirilmesi ile sağlanır (Sujarittanonta, 2014: 45). Uygun devlet kurumları ile çalışmadan ve birlikte çalıştıkları topluma danışmadıkça gönüllü turistler yanlış bir başarı hissi ile ayrılabilir. Bu nedenle ev sahibi topluluk üyeleri daha iyi duruma kavuşamayabilirler (Benson ve Wearing, 2012: 250).

Toplulukların gönüllü turizm temelli projelerde sahip olabileceği yer ve rolün farkında olmaları için, turizm endüstrisindeki ve turizm sistemindeki çeşitli kuruluşların farklı ihtiyaçların farkında olmaları önemlidir. Hükümetler, özel şirketler, koruma kuruluşları, sivil toplum kuruluşları ve uluslararası kuruluşlar gibi farklı sektörlerin hepsinin gönüllü turizm sektörünü yerel topluluklarla ilişkilendirmek için potansiyel bir faaliyet olarak görmeleri gerekmektedir (Benson ve Wearing, 2012: 250).

Hükümetler tarafından, gelişmemiş ülkelerde bulunan yerel halka yardım etme veya refahlarını attırma amacıyla ortaya çıkan gönüllü turizm de diğer alternatif turizm çeşitleri gibi desteklenmektedir. Ayrıca, hükümetler gençlik çalışmalarının ve gönüllülük fırsatlarının gençlere güven, motivasyon ve becerilerini geliştirme şansı sunduğunun farkındadır (Alexander, 2012: 119). Cheallaigh vd. (2002) araştırmalarında bu tutum ve becerilerin çalışma hayatı için gerekli olduğunu ve sosyal uyum, eşitlik, aktif vatandaşlık, kültürel çeşitlilik ve genel refah için de hayati öneme sahip olduğunu belirtmektedir.

Büyümesi ve buna bağlı faydaları ile her ekonomide gönüllü turizmin gelişmesi memnuniyetle karşılanmaktadır. Şu anda gönüllü yerleşimler sunan çok

sayıda STK, yardım kuruluğu ve tur operatörü bulunmaktadı (Otoo ve Amuquandoh, 2014: 15).

Küresel olarak çeşitli şirketler ya da kuruluşlar gönüllü turizmin uluslararası bilincini oluşturmak için ellerinden gelenin en iyisini yapmaktadırlar. Eğitme, değerli bilgi ve tavsiyelerde bulunmak için ev sahibi topluluklarla, kar amacı gütmeyen kuruluşlarla, STK'larla ve bireysel gezginler gibi farklı paydaş gruplarıyla işbirliği yaparak gönüllü turizmi tanıtmaya çalışmaktadırlar (Lo ve Lee, 2011: 326).

Uluslararası tur operatörleri gönüllü turizmin etkili yardımcıları arasındadır ve turistler için anlamlı deneyimler sağlamayı amaçlamaktadır. Her yıl dünya çapında farklı ülkelerdeki projelere binlerce gönüllü göndermektedirler. Bazen, yardım kuruluşları para toplama için seyahat turları veya gönüllü projeler oluşturmak için tur operatörleri ile işbirliği yaparlar (Thomas ve Callanan, 2007: 194). Bunu yaparken hayır kurumları finansman kaynaklarını çeşitlendirebilir, tur operatörleri şirketlerinin profilini geliştirebilir ve kendilerini sosyal olarak sorumlu ve etik olarak tanıtabilirler (McCallin, 2001: 1).

Govender ve Rogerson (2010)'un araştırmalarına göre destinasyonlar ve gönüllü turizm sağlayıcıları, potansiyel kârlılığı ve dövizden elde edilen mali faydalar nedeniyle gönüllü turizme ilgi göstermektedir. Gönüllü kuruluşlar için gönüllüler, bir etkinliğe ev sahipliği yaparak veya bir proje ile ilgili operasyonel maliyetlerini azaltarak ekonomik anlamda katkıda bulunabilirler. Çünkü gönüllü turistler genellikle genel turistlerden daha fazla harcama yapmaktadır ve daha uzun süre kalmaktadırlar.

Gönüllüler genellikle yurtdışında bir ile dört hafta arasında zaman geçirirler, ancak bazı durumlarda bir yıla kadar gönüllü olabilirler (Keese, 2011: 259). Gönüllüler genellikle konut, yemek, proje materyalleri, yerinde personel desteği, kültürel ve turistik aktiviteleri kapsayan gönüllü bir pozisyona yerleştirilmek üzere ücret ödemektedirler. Gönüllü turizme hizmet eden kuruluşlar incelendiğinde 1-4 hafta arası düzenlenen gönüllük program ücreti 1.250-3.750 ABD doları arasında değişmektedir (Keese, 2011: 259).

STK'lar, gönüllü turizmin başlıca savunucuları ve uygulayıcılarıdır (Lyons ve Wearing, 2008: 6). 1980'lerde, STK'lar uluslararası kalkınma arenasında önde gelen aktörlerden biri olarak ortaya çıkmıştır. STK'lar yardım, kalkınma projeleri, popüler

örgütlenme, çevresel kaygılara çözüm yaratma ve sosyal kulüpler gibi işlevleri olan özel ve kar amacı gütmeyen kuruluşlardır.

STK'lar alternatif seyahat deneyimlerine olan talebi oluşturmakta ve aynı zamanda yardım endüstrisinde yeni bir niş geliştirmektedir. Gönüllü turizm ve STK'lar, seyahat ve kalkınma için alternatif yaklaşımları oluşturma arayışıyla bağlantılıdır. Yoksulluğun azaltılması, eğitim, sağlık, toplum gelişimi ve çevresel sürdürülebilirlik konularına odaklanan STK'lar, gönüllüleri bu çalışmalara katılma fırsatları sunmaktadır (Keese, 2011: 260).

STK'lar tarafından yaygın olarak kullanılan katılımcı yaklaşımlar, kitle turizminin yerel toplulukları güçsüzleştirilmesi sorununu ele almaktadır (Keese, 2011: 260). Bu bağlamda ev sahibi toplulukları kapsayan sosyal olarak uygun turizmi teşvik ederler, gönüllüler ve ev sahibi topluluklar arasındaki etkileşimin kalitesini en üst düzeye çıkarırlar, insan ve çevre üzerindeki insan eylemlerinin sonuçlarına olan ilgisini ortaya koyarlar (Wearing vd., 2005: 426).

STK'lar, geleneksel olarak işlerini finanse etmek için bireylerden, vakıflardan, hükümetlerden ve çok taraflı kuruluşlardan aldığı bağış ve hibelerden yararlanmaktadır. Ancak gönüllü turizm STK'larının temel kaynağı gönüllülüktür (Keese, 2011: 260). Böylece gönüllü, yardım zincirinde yeni bir aktörü temsil eder. Uluslararası gönüllü STK'nın gönüllü bir deneyim olan satılabilir bir ürüne ihtiyacı vardır ve bu ürünü gönüllü olan tüketiciye pazarlamak zorundadır. Gönüllülerin başarılı bir şekilde işe alınması ve aynı zamanda deneyimin yönetimi önemli iş ve pazarlama becerileri gerektirir (Keese, 2011: 260).

STK'lar proje lokasyonlarını seçerken sadece ihtiyaç duyulan yerlerin değil, aynı zamanda gönüllü turistlerin nereye gitmek istediklerini ve onları neyin motive ettiğini de bilmelidir (Keese, 2011: 261).

Uluslararası gönüllü STK, operasyonlarında fedakâr ve ticari mantığı birleştiren sosyal girişimdir. Bununla birlikte, yardım etmek ile iş hedefleri arasındaki potansiyel gerilimler STK'ların faaliyetlerini etkileyebilir (Keese, 2011: 260).

2.3.5.1. Dünya’da Gönüllü Turizm Faaliyetleri Düzenleyen Kuruluşlar

Dünya’da gönüllük ve gönüllü turizm faaliyetleri düzenleyen çok sayıda ve çeşitli konularda oluşturulmuş organizasyonlar ve STK’lar bulunmaktadır. Temelde hepsinin; gelişmemiş ülkelerin doğa kalitesini yükseltmek, ihtiyaç sahibi yerel halka çeşitli faydalar sağlamak, hem gönüllü turistlerin hem de yerel halkın karşılıklı etkileşimini sağlayarak sosyal ve kültürel gelişmesini sağlamak ve yerel halkın, gençlerin ve çocukların eğitime katkı sağlamak gibi ortak bazı amaçları bulunmaktadır.

McMillon vd. (2012) gönüllü turistlerin gönüllülük faaliyetlerine katıldığı dünya çapında yaklaşık 145 adet çeşitli organizasyon ve STK olduğunu belirtmişlerdir. Ayrıca Keese (2011) gönüllü STK’lar üzerine yapmış olduğu araştırmada Uluslararası Gönüllük Programları Birliği (IVPA) üyelerini incelemiş ve yılda 100-10.000 gönüllünün katıldığı gönüllük seyahati düzenleyen endüstri liderlerini belirlemiştir. Bu üyeler:

- Amigos de las Americas
- Child Family Health International
- Cross-Cultural Solutions
- Global Citizens Network
- Global Service Corps
- Globe Aware
- Habitat for Humanity
- Orphanage Outreach
- Projects Abroad
- ProWorld Service Corps
- Travel Alive
- World Teach

Çalışmanın bu kısmında dünyada birçok ülkede uluslararası gönüllü turizm seyahati düzenleyen organizasyonların ve STK’ların yıllık bazda en çok gönüllü turist sayısına ulaşanlar ve faaliyetleri kapsamında en önemlileri hakkında bilgi verilmiştir.

1. African Impact

2003 yılında kurulan African Impact çok çeşitli gönüllü projeleri ile uluslararası gönüllüler için hayat boyu sürecek bir deneyim sunarken, koruma girişimlerine ve yerel topluluklara yardım etme hedefi dikkat çekmektedir. 2012 yılında yaklaşık 1850 gönüllü turist çeşitli projelerde yer almıştır. Gönüllüler kliniklere yardım etmek, yetimhaneleri inşa etmek, ilköğretim okullarında eğitim vermek ve aslan, fil ve leoparlar ile ilgili çalışma ve araştırmaları yürütmek gibi geniş kapsamlı görevler üstlenmektedirler (africanimpact.com, 2018).

2. Amigos de las Americas

İlk faaliyetleri 1965 yılında çocuk felci salgınıyla mücadele etmek için gençlerden oluşan bir ekibin kırsal Honduras'a gitmesiyle başlamıştır. Ülkenin uzak bölgelerindeki topluluklara hizmet veren 181 lise öğrencisi ve 36 yetişkinden oluşan bu grup binlerce insanı çocuk felci hastalığından korumaya yardımcı olmuştur.

Bu hizmet gençlerin yaşamları üzerinde büyük bir etki yaratmış ve sonuç olarak gençler yurtiçi ve yurtdışındaki topluluklara hizmet vermeye devam etmişlerdir. 2012 yılında yaklaşık 750 gönüllü turist programlara katılmıştır. Bu programlarda gönüllüler genellikle yerel kaynakları belirlemeye yardım etmektedirler, daha sonra yerel okullarda, sağlık kliniklerinde veya konutlarda iyileştirme projeleri uygulamaktadırlar (amigosinternational.org, 2018).

3. Appalachian Mountain Club (AMC)

Appalachian Mountain Club ABD'nin en eski kar amacı gütmeyen çevre koruma ve rekreasyon örgütüdür. Örgütün temel faaliyetleri, çeşitli doğal destinasyonlara ulaşım sağlamak için yol ve köprü gibi yapılar inşa etmek, bunların devamlılığını sağlamak ve tamir etmektir. Kulüp yılda yaklaşık 7.000 seyahat ve etkinlik düzenlemektedir ve yaklaşık olarak 2.700 gönüllü üyeye sahiptir (outdoors.org, 2018).

4. Trust for Conservation Volunteers (TCV)

Koruma Gönüllüleri (TCV), gönüllüler tarafından üstlenilen çevre koruma ve pratik görevler yoluyla herkes için daha sağlıklı ve daha mutlu topluluklar oluşturmak için çalışan gönüllü yardım kuruluşudur. Refahı iyileştirmek, dış mekânları korumak, istihdam olanaklarını artırmak ve sosyal uyumu teşvik etmek TCV'nin temel amaçları arasında yer almaktadır. 2012 yılında yaklaşık 270.000

gönüllü turist çeşitli projelerde yer almıştır. Birçok ülkede uygulanan projeler, koruma projeleri, yeşil spor salonu (açık havada çalışmanın sağlığına yararlarını teşvik etmek için bir program), danışmanlık, uzun süreli işsizlere eğitim verilmesi ve çocuklar ve gençler için çevre ve atık eğitimi programlarını kapsamaktadır (tcv.org., 2018).

5. Catalina Island Conservancy

1972 yılında kar amacı gütmeyen bir kuruluş olarak kurulan Catalina Island Conservancy, Güney Kaliforniya sahil şeridini koruma, nesli tükenmekte olan hayvan ve bitki türlerini koruma ve doğal alanların restorasyonu gibi çeşitli faaliyetler yürütmektedir. 2009-2013 yılları arasında yaklaşık 15.000 gönüllü bu faaliyetlerin gerçekleştirilmesine katkı sağlamıştır (catalinaconservancy.org, 2018).

6. Frontier

Frontier, temel amaçları biyolojik çeşitliliği korumak, yerel halk için sürdürülebilir geçim kaynakları yaratmak ve gönüllük seyahatine katılan gençlerin ve yaşlıların turizm faaliyetlerini anlamlı kılmak olan 1989 yılında kurulmuş sivil toplum kuruluşudur. Frontier beş kıtada yetmiş kadar ülkede 400 den fazla proje yürütmüştür ve her yıl binden fazla gönüllü turist bu projelere katılmaktadır (frontier.ac., 2018).

7. WorldWide Opportunities on Organic Farms (WWOOF)

WWOOF kültürel ve eğitsel deneyimleri teşvik etmek için gönüllüleri organik çiftçiler ve yetiştiricilerle buluşturan ve böylece sürdürülebilir küresel bir topluluk oluşturmaya yardımcı olan dünya çapında bir harekettir. 2012 yılında yaklaşık 11.000 gönüllü turist WWOOF faaliyetlerine katılmıştır. WWOOF, gönüllü turistlerin deneyim kazanması için birçok faaliyet sunmaktadır (wwwoof.net, 2018). Bunlar;

- Organik tarım ve bahçecilik konusunda ilk elden tecrübe kazanmak
- Kırsal bölgeye seyahat etmek ve deneyimlemek
- Organik tarım faaliyetlerine yardımcı olmak
- Organik tarım faaliyetlerinde diğer insanlarla iletişim kurmak
- Yerli halk ile kültürel alışveriş yapmak

8. Restless Development

Gönüllü turist olarak gençler ve genç profesyoneller odaklı çalışan Restless Development bu gönüllüleri, her toplumun ihtiyaçlarına cevap verecek kalkınma için sürdürülebilir bir çerçeve oluşturma konusunda eğitmektedir. 1985 yılında kurulan bu STK her yıl binden fazla genç gönüllü turistin katılımı ile yerel halka sağlık ve çevre konularında yardımcı olmakta ve eğitim vermektedir (restlessdevelopment.org, 2018).

9. Pacific Crest Trail Association (PCTA)

Pacific Crest Trail Association gönüllüleri, bakım, inşaat ve imar projeleri yürütmek için birlikte çalışmaktadırlar. Projeler arasında ağaç budama ve bakımı, kaya ve kütükten olan yapıların ve köprülerin inşaatı sayılabilir. Projelerde yıllık bazda 1.000 kişiden fazla gönüllülerden yemek pişirme ve temizlik gibi kamp işlerine yardımcı olmaları beklenmektedir (pcta.org, 2018).

10. Jatun Sacha

1989 yılında kurulan organizasyon, 2012 yılında yaklaşık 1.200 gönüllü turiste ev sahipliği yapmıştır. Jatun sachu özel alanlardaki biyolojik koruma ve kültürel çeşitliliğe odaklanmaktadır. Jatun Sacha gönüllülük programı; yeniden ağaçlandırma projeleri, habitat restorasyonu, organik tarım, alternatif hayvan üretimi, ormancılık programları, yerel halk ziyaretleri, yerel halk sağlık programları, organik gübreler, sürdürülebilir odun üretimi, alternatif enerji programları ve çevre eğitimi dâhil olmak üzere birçok faaliyet alanında fırsatlar sunmaktadır (jatunsacha.org, 2018).

11. Cross-Cultural Solutions

“Tüm çocukların, gönüllü turistler tarafından güçlendirilen yüksek kaliteli eğitim ve sağlık hizmetlerine eşit erişime sahip olduğu bir dünya” vizyonu çerçevesinde kurulan organizasyon ihtiyaç sahibi çocuklar için eğitim ve sağlık fırsatlarını geliştiren kültürlerarası gönüllülüğü harekete geçirmek üzerine çalışmaktadır. Bu düşünce kapsamında son 24 yılda 35.000 gönüllü ile yedi ülkede 25.000 çocuğa yönelik çok sayıda proje ve faaliyet gerçekleştirmişlerdir (crossculturalsolutions.org, 2018).

12. Maximo Nivel

2003 yılında kurulan Maximo Nivel'in Kosta Rika, Guatemala ve Peru'daki gönüllü programları, gönüllü turistlerin Latin Amerika'da ihtiyaç sahibi halklara

yardım etmelerine ve yerel kültürü derinlemesine tanımlarına yardımcı olmaktadır. Organizasyon tarafından yapılan faaliyetler; çocuk bakımı projeleri, İngilizce öğretimi, nesli tükenmekte olan türlerin korunması, ağaçlandırma, çevre bilinci, sürdürülebilir tarım, tıbbi yardım, hayvan koruma, ekolojik tarım ve yerel halk ile kültürel alışveriş olarak sayılabilir. Maximo Nivel her yıl 4.000 den fazla gezgin ve gönüllülerle birlikte çalışmaktadır (maximonivel.com, 2018).

13. International Volunteer HQ (IVHQ)

IVHQ kurulduğu 2007 yılından bu yana 200 farklı projede 30 ülkeye 50.000 gönüllü turistin katılımını sağlamıştır. IVHQ, gönüllülere, eğitim, sağlık, inşaat, çocuk bakımı, topluluk gelişimi, koruma, sosyal girişimcilik, hayvanlarla gönüllü çalışma, vahşi yaşam ve daha birçok alanda toplumsal projelere katkıda bulunmalarına yardımcı olmaktadır (volunteerhq.org, 2018).

14. Projects Abroad

Projects Abroad dünyanın en büyük uluslararası gönüllü ve staj sağlayıcılarından birisidir. Yaklaşık 25 yılda çok sayıda ülkeye gönüllülük projeleri ile 100.000'den fazla gönüllünün seyahat etmesini sağlamıştır. Kuruluşun misyonu; gönüllülerin kendi potansiyellerinin farkına varması, kendilerini keşfedebilmesi ve dünyada olumlu değişiklikler yaratabilmesidir. Bu çerçevede arkeoloji, inşaat, çocuk bakımı, çevre koruma, spor koçluğu ve eğitim başlıkları altına birçok faaliyet düzenlemektedir (projects-abroad.co, 2018).

15. WorldTeach

WorldTeach, bireylerin geliştirmekte olan ülkelerde gönüllü öğretmenler olarak yaşayarak ve çalışarak uluslararası eğitime anlamlı katkı yapma fırsatını sunan bir sivil toplum kuruluşudur. 1986 yılında bir grup Harvard Üniversitesi öğrencisi tarafından kurulan WorldTeach yıl boyunca ve yaz programlarında birçok ülkeye gönüllüler göndermektedir. Yılda yaklaşık 300 gönüllü İngilizce, bilgi teknolojisi, matematik, bilim, muhasebe ve HIV/AIDS eğitimi gibi çeşitli gönüllülük programlarına katılmaktadır (worldteach.org, 2018).

16. Earthwatch Institute

1971 yılında kurulan Earthwatch Enstitüsü'nün misyonu, dünya çapında insanları bilimsel alan araştırmasına dâhil etmek ve sürdürülebilir bir çevre için gerekli anlayışı ve eylemi teşvik etmek amacıyla eğitim vermektir. Kurulduğu

günden bu yana 110.000'den fazla gönüllü sahadaki bilim adamlarına araştırma asistanı olarak yardımcı olmuştur. Earthwatch, çevresel sorunlara çözüm sağlamak için okyanus sağlığı, iklim değişikliği, arkeoloji ve kültür, yaban hayatı ve ekosistemler olmak üzere dört alanda bilimsel araştırma yapmaktadır (earthwatch.org, 2018).

17. Médecins Sans Frontières (Doctors Without Borders)

1967 yılında başlayan Nijerya iç savaşında, bir grup genç doktorun savaş ve felaket mağdurlarına yardım etme kararından sonra kurulan Doctors Without Borders, yetmişden fazla ülkede tıbbi ve medikal hizmetler vermektedir. Doctors Without Borders çatışma bölgelerinde, doğal afetlerden sonra, salgınlar sırasında, uzun süreli bakım ortamlarında ve daha birçok alanda çalışmaktadırlar. 28 ülkede ofisi bulunan organizasyon ve dünya genelinde 30.000'den fazla kişiyi istihdam etmektedir. Tıbbi gönüllüler arasında doktorlar, cerrahlar, hemşireler ve diğer çeşitli uzmanlar bulunmaktadır. Her ne kadar tıbbi gönüllüler operasyonların merkezinde olsa da saha görevinin işleyişini sürdürmesine yardımcı olan çok sayıda tıbbi olmayan gönüllü bulunmaktadır (msf.org, 2018).

2.3.5.2. Türkiye’de Gönüllü Turizm Faaliyetleri Düzenleyen Kuruluşlar

Türkiye’de gönüllülüğün gelişimi, genel anlamıyla sivil toplum ve vatandaş katılımının 1980’li yıllardan beri yaşadığı dönüşümün bir parçası olarak değerlendirilmelidir. 1980 yılındaki askeri darbenin sonucu olarak, neredeyse tüm sivil toplum kuruluşları yasaklanmış, pek çok sivil toplum kuruluşu ise tamamen kapatılmıştır. 1990’lı yıllarda sivil toplum yeni bir ivme ve yarattığı etki bakımından yeni bir önem kazanmıştır: Toplum Gönüllüleri Vakfı ve Eğitim Gönüllüleri Vakfı gibi Türkiye’deki en büyük gönüllü kuruluşlar bu dönemde kurulmuştur (GSM, 2013).

Tarihi çok eskiye dayanan gönüllülük, günümüzde aynı işleyişi korumuş ancak, seyahat boyutu da eklenerek alternatif bir turizm çeşidi haline gelmiştir. Gönüllü turizminin temel dinamiğini oluşturan gönüllülük ile ilgili Türkiye’de çeşitli kuruluşlar ya da topluluklar tarafından çalışmalar yürütülmektedir (İlbay, 2014).

Çalışmanın bu kısmında Türkiye’de ulusal ve uluslararası gönüllü turizm faaliyeti düzenleyen organizasyonlar ve sivil toplum kuruluşları tanıtılmaya çalışılmıştır.

1. Türk Kızılayı

Türk Kızılayı, Kızılay Gönüllüsünü, herhangi bir maddi ya da parasal çıkar sağlama amacı taşımadan kendi özgür iradesi ile Türkiye Kızılay Derneği’nin misyonu çerçevesinde düzenli olarak ya da duruma göre sadece belirli zamanlarda zarar görebilir insan topluluklarına yardım etmek üzere zaman ve emek harcayan, arada sırada veya düzenli olarak gönüllü faaliyetler yürüten kişi olarak tanımlamıştır. Kızılay Gönüllüleri aşağıda genel olarak belirtilen alanlarda görev almaktadırlar (Kızılay, 2018):

- İdari ve Teknik Hizmetler
- Afet Hizmetleri
- Eğitim Hizmetleri
- Gençlik Hizmetleri
- Sosyal Dayanışma ve Yardımlaşma Hizmetleri
- Hakla İlişkiler ve Kaynak Yaratma Hizmetleri

2. AIESEC Türkiye

AIESEC TÜRKİYE tarafından uygulanan Global Volunteer, küresel hedeflere katkı sağlayan uluslararası bir programdır. Aşırı yoksulluğu sona erdirmek, eşitsizlik ve adaletsizlik ile mücadele, iklim değişikliğini düzeltme ve sürdürülebilir kalkınma programının temel amaçları arasında yer almaktadır. Aynı zamanda program, liderlik becerileri kazanmak ve dünya sorunlarına etki etmek isteyen gençler için tasarlanmış kültürler arası bir tecrübedir. Global Volunteer ile gönüllü olarak 6-8 hafta süren sosyal sorumluluk projelerinde şimdiye kadar yaklaşık 33.000 kişi görev almıştır (AIESEC, 2018).

3. Türkiye Eğitim Vakfı (TEV)

1967 yılında kurulan Türkiye Eğitim Vakfının temel amaçları; başarılı ve maddi desteğe ihtiyaç duyan öğrencilere burslar vermek, okul, öğrenci yurtları, eğitim merkezleri, kütüphaneler inşa ederek eğitim sistemine destek olmak, öğrencilerin çalışmalarını teşvik için ödüller vermek ve eğitim konularında bilimsel

araştırmalar yapmaktır. Bu amaçlar çerçevesinde TEV gönüllüleri kendi bilgi, beceri, tecrübe ve uzmanlıkları doğrultusunda çeşitli alanlarda vakfa destek olmaktadır. Bu alanlar (TEV, 2018):

- Kaynak Geliştirme Gönüllüsü
- Bağışçı ve Vasiyetçi Gönüllüsü
- Bursiyer Seçme Gönüllüsü
- Ofis Gönüllüsü
- Proje ve İletişim Gönüllüsü
- Eğitim Gönüllüsü

4. Türkiye Erozyonla Mücadele, Ağaçlandırma Ve Doğal Varlıkları Koruma Vakfı (TEMA)

TEMA sürdürülebilir yaşam ilkesiyle ülkenin doğal varlıkların korunması için, bilim temelli çalışan, topraktan gelen toplumsal barışa inanan, halkla bütünleşen, ülkenin ve dünyanın geleceğinde söz sahibi olan, gönüllü, bilinçli, öncü, uluslararası ve muteber bir sivil toplum kuruluşudur. TEMA'nın birincil amacı erozyon, ormansızlaştırma, yanlış tarımsal uygulamalar gibi sorunlar ile ilgili gerekli araştırmaların ve gerekli müdahalenin vakıf ve gönüllüler ile yapılmasıdır (TEMA, 2018).

5. Toplum Gönüllüleri Vakfı (TOG)

Toplum Gönüllüsü gençler, üniversitelerinde kulüp, topluluk veya grup olarak örgütlenmekte, belirledikleri ihtiyaçlara göre sürdürülebilir sosyal sorumluluk projelerini hayata geçirmektedir. Bu projeler, sadece topluma katkı sağlamakla kalmamakta, aynı zamanda gençlerin sorumluluk sahibi aktif bireyler olmalarına yardımcı olmakta ve kişisel gelişimlerini desteklemektedir. Vakıf günümüze kadar sürdürülebilir sosyal sorumluluk projeleri, sosyal sorumluluk etkinlikleri ve dönemsel yaz projeleri ile ilgili yaklaşık 9.000 proje ile 80 ilde faaliyette bulunmuştur (TOG, 2018).

6. Türkiye Eğitim Gönüllüleri Vakfı (TEGV)

Türkiye Eğitim Gönüllüleri Vakfının misyonu ilköğrenim çağındaki çocukların çağdaş ve evrensel değerler ile cumhuriyetin temel ilkelerine sahip, donanımlı ve nitelikli bireyler olarak yetiştirilmeleri amacıyla devlet tarafından verilen temel

eğitime destek olmaktır. Bu misyon dâhilinde gönüllüleri ve çocukları etkili bir öğrenme ortamında bir araya getirmek için Gönüllü Eğitim Programları oluşturulmuştur. Kuruluşundan bu yana yaklaşık 82.000 gönüllü vakfa destek vermiştir (TEGV, 2018).

7. Greenpeace Türkiye

Greenpeace, küresel çevre sorunlarını ortaya çıkarmak, yeşil ve barış dolu bir gelecek için gereken çözümleri sunmak amacıyla şiddetsiz ve yaratıcı çözümler sunan, bağımsız kampanyalar yürüten bir organizasyondur. Greenpeace her türden biyoçeşitliliğin korunması, okyanusların, toprağın, havanın ve su kaynaklarının tahrip edilmesinin engellenmesi ve barışa, küresel silahsızlanmaya ve şiddetsizliğe destek verilmesini gerçekleştirmeye çalışmaktadır. 1971 yılında kurulan organizasyon 40 ülkede ofisi ve milyonlarca destekçisi ile faaliyetlerine devam etmektedir. Greenpeace Türkiye'de iklim değişikliği ve enerji, Akdeniz'i koruma, tarım kampanyası ve nükleersiz gelecek alanlarında çalışmalar yürütmektedir. Organizasyon içerisinde yer alan gönüllüler çevreye, doğaya ve insanlara zarar verecek faaliyetlerin önlenmesi ve ortadan kaldırılması için eğitimler vermekte ve çeşitli eylemlerde rol almaktadır (Greenpeace, 2018).

8. Köy Okulları Değişim Ağı (KODA)

“Türkiye'nin köy okullarında kırsaldaki koşullara uygun, bütünsel ve nitelikli bir eğitimi gerçek kılmak” misyonu ile yola çıkan KODA köylerdeki fırsatları değerlendirerek köy okullarındaki eğitimin kalitesini artıracak çocuk merkezli, yenilikçi örnek uygulamaları ortaya çıkarmak ve yaygınlaştırmak, köy öğretmenlerini kişisel ve mesleki açıdan güçlendirmek, köy okullarında değişime öncülük edebilecek, birbirine ilham veren, destek olan ve büyüyen bir öğretmen ve gönüllü topluluğunun ortaya çıkmasına öncülük etmek hedefleri çerçevesinde çalışmaktadır. Gönüllü destek ağı ile yaratıcı drama, müzik atölyesi, maket yapımı, tiyatro, müze gezisi, hikâye anlatımı, oyun, çiçek ekimi, farklı sanat çalışmaları gönüllü eğitimler tarafından yapılmaktadır (KODA, 2018).

9. Sosyalben Akademi

2015 yılında kurulan Sosyalben Akademi “Geleceğin dünyasında topluma profesyonel gönüllüler yetiştirmeyi; Türkiye’de gönüllülük değerini ve oranını

arttıran öncü çalışmaları yürüten kurum olmayı hedefliyoruz.” vizyonu çerçevesinde hazırladığı projelerin faaliyetleri ve amaçları şunlardır (Sosyalben, 2018):

- Gönüllülük ve yapılan çalışmalar ile öğrencilerin akademik başarısına katkı sağlamak
- Projelere katılan öğrencilerin farklı bölgelere ait yaşam kültürünü deneyimlemesine yardımcı olmak
- Turizmde gönüllülük kavramı üzerine odaklanarak, daha sürdürülebilir bir turizm anlayışına yönlendirmek
- Gönüllü rehber uygulaması ile öğrencilerin kendi şehirlerindeki dezavantajlı bölgelerde yaşayan çocuklara şehirlerini gezdirmek
- Katılımcıların seçilen bir bölgeye kamp kurarak, bölgenin sorunlarını belirleyip çözüm aradıkları bir süreç olan Camping for Community (CFC) sorun analizine, çözüm grupları oluşturulmasına, çözümlerin raporlandırılmasına ve uygulama aşamalarına odaklanmak
- Saha çalışmaları ile projeye katılan öğrenciler çocuklarla birlikte resim, müzik, tiyatro, dans, spor, yaratıcı yazarlık, yaratıcı drama gibi başlıklar altında atölye çalışmaları yapmaktadır.

10. TATUTA Projesi

Türkiye’de Buğday Derneği tarafından uygulanan TATUTA projesi ekolojik tarımla geçinen çiftçi ailelerine mali, gönüllü işgücü ve/veya bilgi desteği sağlayarak ekolojik tarımı teşvik etmek ve sürdürülebilirliğini sağlamayı amaçlamaktadır. TATUTA projesine göre gönüllü: İşgücü, bilgi ve/veya tecrübe desteği sağlayarak çiftlikte gönüllü olarak çalışan kişidir. Çalışma karşılığında gönüllünün konaklama ve yemek ihtiyaçları çiftlik tarafından karşılanmaktadır (TATUTA, 2018).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

YÖNTEM

Bu bölümde Türkiye’de yaşayan insanlara yönelik uygulanan anket çalışması sonuçları t-Testi, ANOVA, frekans analizi, doğrulayıcı faktör analizi, açımlayıcı faktör analizi, Pearson korelasyonu ve çoklu doğrusal regresyon analizi olmak üzere yedi istatistiksel analiz tekniği ile analiz edilmiştir. Birinci aşamada, katılımcıların demografik özelliklerini belirlemek için frekans analizi yapılmıştır. İkinci aşamada gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri ve motivasyonlarını içeren çalışma yapılarını ölçmek ve kullanılan maddelerin sayısını azaltmak için açımlayıcı faktör analizi ve doğrulayıcı faktör analizi kullanmıştır. Son olarak, tanımlanan faktörlerin birbiriyle ilişkili olup olmadığını belirlemek adına t-Testi ve ANOVA, ne ölçüde ilişkili olduğunu incelemek için Pearson korelasyon analizi ve çoklu doğrusal regresyon analizi kullanmıştır.

3.1. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Hempel (1966) sosyal bilimlerde geliştirilen teorik türlerine, olasılıklı açıklamalara daha uygun alternatif bir açıklama türü sunmuştur. Bu açıklama türü, evrensel bir uygulamaya sahip genellemelerin nadir olduğunu ve sadece eğilimler bağlamında açıklamalar yapmanın mümkün olduğunu varsaymaktadır (Black, 1999: 24).

Herhangi bir teoriyi desteklemek için kanıt toplama yaklaşımları, nicel ve/veya nitel araştırmalara dayanmaktadır. Nicel araştırma birkaç değişken için daha büyük bir popülasyonun temsili örneklerinden elde edilen önemli verilerin toplanmasını sağlamaktadır. Böylece, nicel araştırmalar bir grubun üyelerinin ne yapma eğiliminde olduğunu tanımlamaktadır (Black, 1999: 24).

Nicel yaklaşım; araştırmacının, bilgiyi geliştirmek için öncelikle bir iddia geliştirdiği, deney ve araştırma gibi sorgulama stratejileri kullandığı ve istatistik verilerini önceden belirlenmiş bir ölçme aracı ile topladığı yaklaşımdır (Creswell, 1996: 28). Nicel araştırmada amaç, konu ile ilgili genelleme yapmak, tahmin etmek ve nedensellik ilişkisini açıklamaktır.

Nicel araştırma deney, test ve anket gibi sayısal ağırlıklı veri toplama, ölçme ve ölçümleme tekniklerinden ya da istatistiksel veri tabanları gibi veri kaynaklarından

yararlanılan, verilerin sayısal göstergelerle ifade edildiği ve değişkenler arasındaki ilişkileri daha kesin olarak saptama iddiasındaki araştırma yöntemidir (Baydar vd., 2007: 127).

Yeşil (2010)'e göre nicel araştırmanın yapılabilmesi için aşağıda bulunan temel işlem basamaklarının izlenmesi gerekmektedir:

- Problemin hissedilmesi,
- Problemin tanımlanması,
- Hipotezlerin oluşturulması,
- Araştırma taslağının hazırlanması,
- Araştırma planının uygulanması,
- Verilerin işlenmesi, çözümü ve yorumlanması,
- Sonuçlandırma,
- Raporlaştırma

Nicel araştırma yöntemi, survey tekniklerini, yapılandırılmış görüşme tekniğini, anket çalışmalarını, deney tekniğini, sistematik gözlemi, içerik analizini ve istatistiksel teknikleri kapsamaktadır (Türnüklü, 2001: 8).

Nicel araştırmalarda veriler ölçme yoluyla toplanmaktadır. Araştırma konusu edilen değişkenlerin ve değişkenler arasındaki ilişkilerin sayısallaştırılabilmesi ölçme aracılığı ile yapılmaktadır (Yeşil, 2010: 68). Yaygın olarak kullanılan nicel analiz yöntemleri şunlardır: t-Testi, ki-kare testi, One Way ANOVA, korelasyon ve regresyon teknikleridir (Yurtseven vd., 2013: 71).

Nicel araştırma çalışmaları, tarama ve deneme modelleri olmak üzere ikiye ayrılmaktadır (Köse, 2010: 108). Araştırma yöntemine uygun olarak kullanılan tarama modelleri, geçmişte ya da halen var olan bir durumu var olduğu şekliyle betimlemeyi amaçlayan yaklaşımlardır (Karasar, 2011: 77). Tarama modelleri; genel tarama, tekil tarama, ilişkisel tarama ve örnek olay tarama olmak üzere dörde ayrılmaktadır. Araştırmaya uygun olarak seçilen araştırma modeli ilişkisel tarama modelidir. Bu araştırma modeli iki veya daha çok sayıdaki değişken arasında birlikte değişim varlığını ve/veya derecesini belirlemeyi amaçlayan araştırma modelidir (Karasar, 2011: 81).

Araştırma deseni, araştırmanın alt problemlerine cevap aramak veya denenceleri test etmek için yapılan araştırma planıdır. Bir başka ifadeyle, araştırma

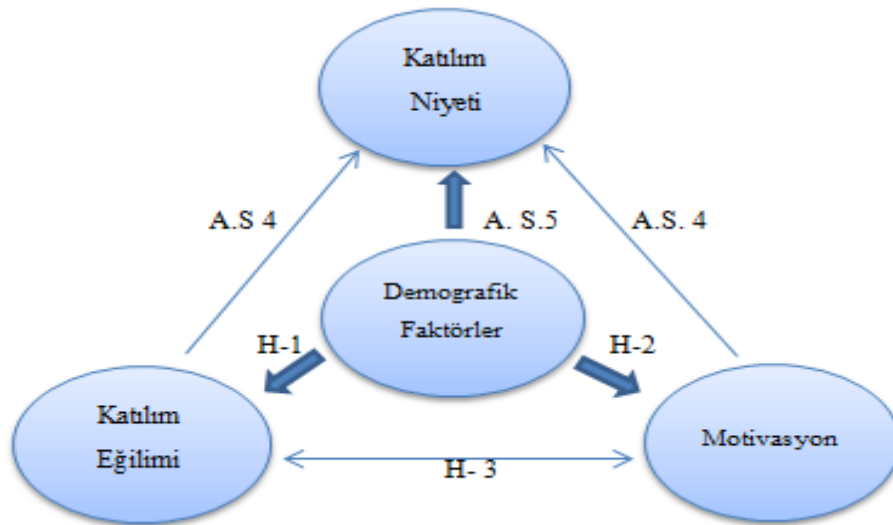
deseni, araştırma sorularını cevaplamak amacıyla bağımlı ve bağımsız değişkenlerin seçilmesi ve ölçümü için plan geliştirilmesidir (Kaya ve Şahin, 2013: 7). Bu bağlamda araştırma deseni olarak alan araştırması seçilmiştir.

3.2. ARAŞTIRMANIN MODELİ

Model, bir sistemin temsilcisidir. Modeller, temsil ettikleri sisteme oranla, daha yalın olurlar. Model, “ideal” bir ortamın temsilcisi olup, yalnızca “önemli” görülen değişkenleri içine alacak şekilde, gerçek durumun özetlenmiş halidir (Karasar, 2011: 76). Araştırmada ilişkisel araştırma yöntemi kullanılmıştır ve ilişkileri tespit etmek için bir araştırma modeli geliştirilmiştir. Araştırma modeli beş kısımdan oluşmaktadır (Bkz. Şekil-2).

Modelin ilk kısmı; demografik faktörler ile gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri arasındaki ilişkileri belirlemeyi amaçlamaktadır. İkinci kısmı; demografik faktörler ile gönüllü turizme yönelik motivasyonlar arasındaki ilişkileri tespit etmeye yöneliktir. Modelin üçüncü kısmı; gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri ile gönüllü turizme yönelik motivasyonlar ve alt boyutları arasındaki ilişkileri ve ilişki düzeylerini incelemeye yöneliktir. Modelin dördüncü kısmı; gelecekte gönüllü turizme katılım niyeti ile gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri ve motivasyonları arasındaki ilişkiyi belirlemeye yöneliktir. Modelin beşinci kısmı ise gelecekte gönüllü turizme katılım niyetine göre demografik faktörlerin dağılımını belirlemeye yöneliktir.

Şekil-2: Araştırma Modeli



Demografik faktörler; cinsiyet, yaş, ikamet edilen il, medeni durum, çocuk sayısı, meslek, eğitim durumu ve ailenin aylık toplam geliri gibi alt boyutlardan oluşmaktadır.

Gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri Lee (2011)'nin araştırmasında yer alan beş ifadeden oluşmaktadır.

Gönüllü turizme yönelik motivasyonlar ise faktör analizi sonucunda elde edilecek alt boyutlardan oluşmaktadır.

Gelecekte gönüllü turizme katılma niyeti araştırma anketinde evet, hayır şeklinde sorularak olumlu ya da olumsuz görüşlerden oluşmaktadır.

3.3. EVREN VE ÖRNEKLEM

Araştırma evreni olarak belirlenen Türkiye, nüfus sayısı bakımından dünyada önde gelen ülkelerden biridir. Türkiye istatistik kurumunun adrese dayalı nüfus kayıt sistemine göre Türkiye’de yaşayan insanların sayısı 82.003.882 ve birleşmiş milletler tanımına göre 0-17 yaş gurubunu içeren çocuk nüfusu sayısı 25.606.597’dir. (TÜİK, 2019). Araştırma evreninin, turizm faaliyetlerine para, zaman ve merak faktörleri dâhilinde katılma potansiyeli olduğu düşünülen 18 yaş ve üstü bireylerden oluştuğu varsayılmaktadır. Çalışma evreninin bu denli büyük olması beraberinde niceliksel araştırmayı maliyet, kontrol ve zaman açısından güçleştirmektedir. Bu bağlamda nicel araştırma, evreni temsil ettiği kabul edilen kolay örnekleme yöntemi ile oluşturulmuş örneklem kümesi üzerinde yapılmıştır. Kolay örnekleme yönteminde örneklem içerisine girmeye hazır birimler araştırma içerisine dâhil edilir. Örneğin sosyal bilimlerde anket yoluyla yapılan bir araştırmada, ankete kendi isteğiyle katılan ya da anket sorularına cevap vermeye hazır birimlerin örnekleme dâhil edilmesi kolay örneklemedir (Doğan, 2013: 27).

Tablo-2: $\alpha=0.05$ İçin rneklem Büyüklükleri

Evren Büyüklüğü	∓ 0.03 rnekleme hatası (d)			∓ 0.05 örnekleme hatası (d)			∓ 0.10 örnekleme hatası (d)		
	p=0.5 q=0.5	p=0.8 q= 0.2	p=0.3 q=0.7	p=0.5 q=0.5	p=0.8 q= 0.2	p=0.3 q=0.7	p=0.5 q=0.5	p=0.8 q= 0.2	p=0.3 q=0.7
100	92	87	90	80	71	77	49	38	45
500	341	289	321	217	165	196	81	55	70
750	441	358	409	254	185	226	85	57	73
1000	516	406	473	278	198	244	88	58	75
2500	748	537	660	333	224	286	93	60	78
5000	880	601	760	357	234	303	94	61	79
10000	964	639	823	370	240	313	95	61	80
25000	1023	665	865	378	244	319	96	61	80
50000	1045	674	881	381	245	321	96	61	81
100000	1056	678	888	383	245	322	96	61	81
1000000	1066	682	896	384	246	323	96	61	81
100000000	1067	683	896	384	245	323	96	61	81

Kaynak: (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004: 50)

Kolay rnekleme yöntemi ile örneklem kümesi oluşturulmasında kullanılacak formüldeki veriler; evrendeki birey sayısı 56.397.285, araştırmacının kabul ettiği güven düzeyi %95'tir. %95 güven düzeyine göre t değeri 1,96 ve evrenin heterojen olmasından dolayı p ve q değerlerinin 0,5 alınması gerekmektedir. Bu formül değerleri ile birlikte araştırma kapsamında en az 384 kişiye anket çalışması uygulanmalıdır. Dolayısı ile araştırmada 1226 katılımcıdan toplanan anketlerin araştırma amaçlarını karşılayabileceği düşünülmektedir.

Anket alışması veri toplama aşaması için 2003 yılında Devlet Planlama Teşkilatının "İllerin ve Bölgelerin Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması Araştırması" ile oluşturulan "İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflandırması" baz alınmıştır. İstatistiki bölge birimleri sınıflandırması, bölgelerin istatistiklerinin toplanması, geliştirilmesi, bölgelerin sosyo-ekonomik analizlerinin yapılması, bölgesel politikaların belirlenmesi ve Avrupa Birliği bölgesel istatistik sistemine uygun karşılaştırılabilir istatistiki veri tabanı oluşturulması amacıyla yapılmıştır. İstatistiki bölge birimleri sınıflandırmasında iller "Düzey-3" olarak tanımlanmış; ekonomik, sosyal ve coğrafi yönden benzerlik gösteren komşu iller ise bölgesel kalkınma planları ve nüfus büyüklükleri ile dikkate alınarak "Düzey-1" ve "Düzey-2" olarak gruplandırılmak suretiyle hiyerarşık istatistiki bölge birimleri sınıflandırması yapılmıştır. Düzey-3 kapsamındaki istatistiki bölge birimleri 81 adet olup il düzeyindedir. Her il bir istatistiki bölge birimini tanımlamaktadır. Düzey-2 istatistiki

bölge birimleri, Düzey-3 kapsamındaki komşu illerin gruplandırılması sonucu tanımlanmış olup, 26 adettir. Düzey-1 istatistiki bölge birimleri ise Düzey-2 istatistiki bölge birimlerinin gruplandırılması sonucu tanımlanmış olup, 12 adettir (DPT, 2003: 18).

Tablo-3: İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflandırması

KOD	DÜZEY 1	DÜZEY 2	DÜZEY 3
TR	TÜRKİYE		
TR1	İstanbul	İstanbul	İstanbul
TR10			
TR100			
TR2	Batı Marmara	Tekirdağ	Tekirdağ
TR21			
TR211			
TR212		Balıkesir	Edirne
TR213			Kırklareli
TR22		Balıkesir	Balıkesir
TR221			
TR222			
TR3	Ege	İzmir	İzmir
TR31			
TR310		Aydın	Aydın
TR32			
TR321			
TR322		Manisa	Denizli
TR323			Muğla
TR33		Manisa	Manisa
TR331			
TR332			
TR333			
TR334			Uşak
TR4	Doğu Marmara	Bursa	Bursa
TR41			
TR411			
TR412		Kocaeli	Eskişehir
TR413			Bilecik
TR42			Kocaeli
TR421			
TR422			
TR423			
TR424		Yalova	Yalova
TR425			
TR5	Batı Anadolu	Ankara	Ankara
TR51			
TR510		Konya	Konya
TR52			
TR521			
TR522			Karaman
TR6	Akdeniz	Antalya	
TR61			

TR611			Antalya
TR612			Isparta
TR613			Burdur
TR62		Adana	
TR621			Adana
TR622			Mersin
TR63		Hatay	
TR631			Hatay
TR632			Kahramanmaraş
TR633			Osmaniye
TR7	Orta Anadolu		
TR71		Kırıkkale	
TR711			Kırıkkale
TR712			Aksaray
TR713			Niğde
TR714			Nevşehir
TR715			Kırşehir
TR72		Kayseri	
TR721			Kayseri
TR722			Sivas
TR723			Yozgat
TR8	Batı Karadeniz		
TR81		Zonguldak	
TR811			Zonguldak
TR812			Karabük
TR813			Bartın
TR82		Kastamonu	
TR821			Kastamonu
TR822			Çankırı
TR823			Sinop
TR83		Samsun	
TR831			Samsun
TR832			Tokat
TR833			Çorum
TR834			Amasya
TR9	Doğu Karadeniz		
TR90		Trabzon	
TR901			Trabzon
TR902			Ordu
TR903			Giresun
TR904			Rize
TR905			Artvin
TR906			Gümüşhane
TRA	Kuzeydoğu Anadolu		
TRA1		Erzurum	
TRA11			Erzurum
TRA12			Erzincan
TRA13			Bayburt
TRA2		Ağrı	
TRA21			Ağrı
TRA22			Kars
TRA23			Iğdır
TRA24			Ardahan

TRB	Ortadoğu Anadolu	Malatya	
TRB1			Malatya
TRB11			Elazığ
TRB12			Bingöl
TRB13		Van	Tunceli
TRB14			
TRB2			Van
TRB21			Muş
TRB22			Bitlis
TRB23			Hakkâri
TRB24			
TRC	Güneydoğu Anadolu	Gaziantep	
TRC1			Gaziantep
TRC11			Adıyaman
TRC12			Kilis
TRC13		Şanlıurfa	
TRC2			Şanlıurfa
TRC21			Diyarbakır
TRC22			
TRC3		Mardin	
TRC31			Mardin
TRC32			Batman
TRC33			Şırnak
TRC34			Siirt

Kaynak: DPT (2003: 239-241) İllerin ve Bölgelerin Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması Araştırması.

Veri toplama aşamasında istatistiki bölge birimleri sınıflandırmasına göre Türkiye’de bulunan 81 ili temsil kabiliyetine sahip Düzey-1’de yer alan 12 bölgede bulunan illerin hepsine ulaşarak ölçeğin tüm Türkiye’yi kapsayacağı düşünülmektedir. Ayrıca veri toplama aşaması ile olarak 12 bölgede anket çalışmasını yapacak anketörler belirlenmiştir. Anketörlere yüz yüze, telefon görüşmesi ve mail ile anket konusu hakkında bilgi verilmiş ve anketin tam, eksiksiz ve doğru bir şekilde cevaplandırılması istenmiştir. Ayrıca anket çalışmasına katılımı artırmak için online anket formu hazırlanmıştır.

3.4. VERİ TOPLAMA ARAÇLARI

Bu araştırmada Türkiye’de yaşayan insanların gönüllü turizme katılımı ile ilgili eğilimlerini ve gönüllü turizme yönelik motivasyonlarını incelemek amacıyla, Lee (2011) tarafından yazılan doktora tezi kapsamında oluşturulan güvenilirliği ve geçerliği sağlanmış ölçekten yararlanılmıştır. Lee potansiyel gönüllü turistlerin gelecekte gönüllü turizm faaliyetlerine katılma eğilimleri ile ilgili araştırması kapsamında geliştirdiği ölçekte bağımlı değişken olan katılım eğilimlerini ve

bağımsız değişkenler tutumlar, özel normlar, kendinden etkinliği ve motivasyonları içermektedir. Bağımsız değişkenlerden motivasyonlara dair 7 boyut ve 30 ifade yer almaktadır. Motivasyonun bu yedi boyutu; kendini geliştirme, fedakârlık, özerlik, ilişki, kendini gerçekleştirme, değerler ve kaçıştır. Ayrıca katılımcılara, geçmiş gönüllü turizm deneyimine yönelik bir soru ve demografik özelliklere dair beş soru ile ölçeği geliştirmiştir.

Nicel araştırma ile ilgili yapılacak anket çalışmasında Lee'nin ölçeğinde yer alan katılım eğilimleri ve motivasyonların kullanılmasına karar verilmiştir. Öncelikle ölçek uyarlama çalışmasında ölçekte yer alan bu ifadeler İngilizce diline hâkim ve uzmanlığı olan üç kişi tarafından Türkçeye çevrilmiştir. Daha sonra Türkçeye çevrilen ölçek tekrar orijinal diline çevrilerek çeviri hatalarının önüne geçilmeye çalışılmıştır.

İnsanların bir davranış sergilemeden önce o davranışa yönelik katılım eğilimlerinin olması, davranışı gerçekleştirme olasılığını artırabilir. Çalışmada nihai bağımlı değişken Türkiye’de yaşayan insanların gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleridir. Alanyazına bakıldığında eğilimlerin genellikle Likert ölçeği ile ölçüldüğünü görmekteyiz. Bu çalışmada insanların gönüllü turizme katılım eğilimleri beş noktalı Likert ölçeği kullanılarak ölçülmüştür. Değişkene ait ifadeler Lee (2011)’nin araştırmasına dayanmaktadır. Ölçekte yer alan katılım eğilimlerini belirlemeye ilişkin ifadeler aşağıda sıralanmaktadır:

- Gönüllü turizm deneyimine katılmak ilgimi çekmektedir.
- Gönüllü turizm deneyimine katılmayı isterim.
- Gönüllü turizm deneyimine katılmayı düşünürüm.
- Başkalarını gönüllü turizm deneyimine katılımları konusunda teşvik ederim.
- Başkalarına gönüllü turizm deneyimine katılımlarını tavsiye ederim.

Atkinson (1964)’a göre motivasyon bir bireyin davranışının yönünü açıklayan bir dizi bağımlı ve bağımsız değişkenler ile ilgilidir (Steers vd., 2004: 379) ve Özkalp ve Kirel (2001) motivasyonu, kişilerin belirli bir amacı gerçekleştirmek üzere kendi arzu ve istekleri ile davranışları şeklinde tanımlamışlardır (Köroğlu, 2011: 136). İnsanların turizm faaliyetlerine katılımlarını sağlayan birçok motivasyon faktörü bulunmaktadır ve turistler farklı motivasyon faktörleri ile seyahat ederek turizm faaliyetlerine katılmaktadır. Alanyazına bakıldığında gönüllü turizm

motivasyonu araştırmalarının çoğu, motivasyonun davranışsal performansı etkilediği sonucuna ulaşmıştır (Raymond ve Hall, 2008; Wearing, 2001). Motivasyonun davranış üzerindeki etkilerini belirlemek adına Lee (2011) tarafından oluşturulan anketten yararlanılmıştır ve insanların gönüllü turizme yönelik motivasyonu belirlemeye yönelik oluşturulan ölçek 30 ifade ile temsil edilmektedir (Bknz. Tablo-4).

Tablo-4: Gönüllü Turizme Yönelik Motivasyonlar ve Boyutları

KENDİNİ GELİşTİRME	1- Yerel halk ile tanışmak 2- Farklı kültürlerden insanlarla bir arada bulunmak 3- Yeni şeyler öğrenmek 4- Diğer insanlar hakkında bilgi edinmek 5- Diğer gönüllü turistlerle ilişkiler geliştirmek 6- Maceracı olmak
FEDAKÂRLIK	7- Toplumda farklılık yaratmak 8- Topluma karşı sorumluluklarımı yerine getirmek 9- Başkalarına yardım etmek 10- Anlamlı bir şey yapmak 11- Seyahat sevgisi ile toplumsal sorumluluk duygusunu birleştirmek 12- Huzur ortamını yaşamak
ÖZERLİK	13- Seyahat etmek 14- İyi vakit geçirmek 15- Gidilen yer hakkında bilgimi geliştirmek 16- Kişisel kariyerimi geliştirmek 17- Kişisel ilgi alanlarımı geliştirmek
İLİşKİ	18- Günlük stresten uzak olmak 19- Yeni ve farklı bir şey yapmak 20- Nadir bir fırsatın içinde yer almak 21- Günlük rutinden uzak kalmak
KENDİNİ GERÇEKLEşTİRME	22- Kişisel değerler hakkında düşünmek 23- Bir görevin zorluklarını deneyimlemek 24- Misyonunu desteklediğim bir kurumla çalışmak
DEğERLER	25- Bağımsız olmak 26- Bir hayalimi gerçekteştirmek 27- Yöresel kültürü derinlemesine tanımak
KAÇIş	28- Aile ilişkilerimi güçlendirmek 29- Arkadaşlık ilişkilerimi güçlendirmek 30- Gönüllü turizm ile çocuklarıma eğitim ortamı sunmak

Başka bir dilde oluşturulmuş herhangi bir ölçeğin Türkiye örnekleminde kullanılabilmesi için, Türkçeye uyarlama işleminin sistematik bir şekilde yapılarak ölçeğin Türkiye örnekleminde psikometrik açıdan gerekli özellikleri taşıdığının kanıtlanması gerekmektedir (Bayık ve Gürbüz, 2016: 2). Bu bağlamda ölçek ifadeleri International Test Commission (ITC) tarafından ölçeklerin uyarlanması ile ilgili olarak 1993 yılında yapı, yöntem ve madde yanlılığı başlıkları altındaki 22 maddeden oluşan yönlendirici ilkeler kapsamında değerlendirilmelidir. Öncelikle ölçek uyarlama ile ilgili olarak bilim ve turizm alanında uzman olan beş akademisyenden Lee'nin İngilizce anketi ve Türkçeye çevrilen ankette bulunan ifadeleri, hazırlanan *Ölçek Uyarlama Uzman Görüş Formu* (Ek-2) ile değerlendirilmeleri istenmiştir. Ölçek uyarlama formunda öncelikle konu hakkında kısa bir bilgi verilmiş daha sonra ise ankette yer alan her bir ifade İngilizce ve Türkçe yazılarak “*Uygun, Kısmen Uygun ve Uygun değil*” yanıtları ile üç seçenekli bir formatta hazırlanmıştır. Ayrıca ölçeğin yeterliliği ve anlaşılabilirliği ile ilgili uzmanlara üç soru yöneltilmiştir. Üç uzman ile mail, iki uzmanla ise telefon aracılığı ile iletişim kurulmuştur. Değerlendirme sonuçlarına göre ankette bulunan ifadelerde yapı, yöntem ve madde yanlılığı açısından gerekli düzenlemeler yapılmıştır.

Toplumsal araştırmalarda kullanılan bütün ölçme araçlarının sonuçlarının beklendiği gibi anket sonuçlarının da geçerli, güvenilir ve kullanışlı olması gerekmektedir. Geçerlik analizinde kullanılan yöntemlerden bir tanesi kapsam geçerliliğidir. Kapsam geçerliği, ölçme aracında bulunan soruların veya maddelerin ölçme aracına uygun olup olmadığı, ölçülmek istenen alanı temsil edip etmediği sorunu ile ilgili olup, uzman görüşüne göre saptanır. Uzman grubu tarafından ölçme amaçları ve bu amaçların gerektirdiği içerik çözümlemeleri yapılarak hazırlanmış soruların bu amaçları ve içeriği temsil edip etmeyeceği tartışılır (Nacar ve Kayış, 2013: 95).

Diğer bir deyişle, anket, araştırılmak istenen konu ve ilgili sorulara uygun tepkiler elde etmeli (geçerlilik) ve aynı yolla tekrarlandığı takdirde benzer sonuçlar vermelidir (güvenirlilik) (Özoğlu, 1992: 321). Bu aşamada, ilk olarak “ankette yer alan maddeler, ihtiyaç duyulan olgusal ve/veya yargısal verileri kapsamada ve toplamada ne derece yeterlidir?” sorusunun cevabı aranır. Anketin kapsam geçerliğiyle ilgili olan bu sorunun cevabını almak için uzmanlara başvurulur.

Uzmandan beklenen, *Anket Taslak Formunda* yer alan maddeleri kapsam geçerliği bakımından değerlendirmesidir. Uzman görüşlerini belirlemede açık ve/veya kapalı uçlu sorulardan oluşturulacak bir *Uzman Değerlendirme Formundan* yararlanılabilir (Büyüköztürk, 2005: 140). Araştırma verilerinin toplanması aşamasında kullanılacak anket formunun geçerlilik çalışması için bilim ve turizm alanında uzman beş akademisyenden hazırlanan *Anket Formu Değerlendirme Uzman Görüş Formu* (Ek-3) ile görüş ve önerileri alınmıştır. Uzman görüş formunda öncelikle araştırma konusu olan gönüllü turizm ile ilgili problemler hakkında bilgi verilmiştir. Daha sonra kapsam geçerliğini, “Evet, Hayır ve Kısmen” olmak üzere üç seçenekli 12 soru ve ayrıca öneriler kısmı ile uzmanların taslak anketi değerlendirmesi istenmiştir. Anket değerlendirme formu üç uzman ile mail aracılığı ile değerlendirilmiş, iki uzmanla telefon aracılığı ile değerlendirilmiştir. Değerlendirme sonuçlarına göre Lee’nin anketinden farklı olarak motivasyon boyutlarının ayrı ayrı yazılması gerektiği kanaatine varılmıştır. Ayrıca sayfa yapısı, yazı formatı ve tablo düzeni ile ilgili biçimsel değişiklikler yapılmıştır ve anket formu pilot çalışma için hazır hale getirilmiştir.

Ayrıca araştırmada, Türkiye’de yaşayan insanların gelecekte gönüllü turizme katılımları ile ilgili bir soru, cinsiyet, yaş, ikamet ettiği il, medeni durum, çocuk sayısı, meslek, eğitim durumu ve geliri içeren demografik özelliklere dair sekiz soru bulunmaktadır. Yaş, ikamet ettiği il, çocuk sayısı, meslek ve gelir açık uçlu soru, cinsiyet, medeni durum ve eğitim durumu ise kapalı uçlu soru olarak ankette yer almıştır.

Ölçekler kişilere ve zamana göre değişmezlik özelliğine sahip olmalıdır. İşte ölçeklerde mutlaka olması gereken bu “değişkenlikten ve etnosentrik (inanç, tutum ve kanaat) aidiyetlerden” bağımsız olma durumuna “standart”, bu ölçeklere de “standart ölçekler” adı verilir. Daha açık bir ifade ile bilimsel araştırmalarda kullanılacak olan ölçekler “sadece ölçmek istediği özelliği ölçmeli (geçerlilik) ve her seferinde aynı biçimde (güvenirlilik) ölçmelidir” (Bayat, 2015: 6).

Yeşil, Turgut (1990)’un çalışmasına dayanarak, bir ölçme aracının geçerliği, çoğunlukla, o testten elde edilen puanlarla belirli bir ölçüt ya da ölçütler takımı arasındaki ilişki bakımından belirlendiğini söylemiştir (Yeşil, 2010: 70).

Öncü (1994)'ye göre, Cronbach (1951) tarafından geliştirilen alfa katsayısı yöntemi, maddeler doğru-yanlış olacak şekilde puanlanmadığında, 1-3, 1-4, 1-5 gibi puanlandığında, kullanılması uygun olan bir iç tutarlılık tahmin yöntemi olduğunu belirtmişlerdir. Ayrıca Cronbach alfa katsayısı, ölçekte yer alan k maddenin varyansları toplamının genel varyansa oranlanması ile bulunan bir ağırlıklı standart değişim ortalamasıdır (Ercan ve Kan, 2004: 213). Yani ölçüm aracının ve bu araçtan elde edilen sonuçların durağan, güvenilir, tutarlı, istikrarlı olması ve güvenilirliğin göstergesidir (Baydar vd., 2007: 107). Tüm maddeler için elde edilen α değeri o anketin toplam güvenilirliğini gösterir ve genel kabul bu değer 0,7 ve büyük olmasıdır. (Kılıç, 2016: 48).

Araştırmada kullanılacak ankette bulunan ifadelerin ve maddelerin geçerlik ve güvenilirlik analizi için pilot uygulamaya gerek duyulmaktadır. Pilot uygulamanın amacı, katılımcıların anket formunu anlamada zorluk çekip çekmediğini veya soruların önyargılı görünüp görünmediğini incelemektir. Pilot uygulama ile ankette bulunan ifadeler ile ilgili sorunlar, yanlışlıklar, eksiklikler ve anlaşılması ile sıkıntılar önceden fark edilebilir. Araştırma ile ilgili pilot uygulama 14-17 Kasım 2018 tarihleri arasında 53 kişi ile yapılmış ve güvenilirlik katsayısı (Cronbach's Alpha) 0,887 olarak hesaplanmıştır. Güvenirlik katsayısının 0,80'in üzerinde olması yüksek güvenilirlik düzeyinin olduğunu göstermektedir (Field, 2005: 676).

Ölçek uyarlaması, kapsam geçerliği ve güvenilirliği sağlanan ölçek ile araştırma Aralık 2018-Ocak2019 tarihleri arasında yapılmıştır. Araştırmaya 786 kişi matbu anket formu doldurarak, 525 kişi ise online anket aracılığı ile olmak üzere toplam 1311 kişi katılmıştır. Anketlerden 52 adedi eksik veri nedeniyle değerlendirme dışı tutulmuştur. Ayrıca verilerin analiz için hazırlanması sürecinde uç değerlerin tespit edilmesi ve kayıp veri analizi aşamasında 33 adet anket değerlendirme dışı bırakılmıştır. Sonuç olarak 1226 anket formu değerlendirmeye alınmıştır.

Faktör analizi, birbiriyle ilişkili çok sayıda değişkeni bir araya getirerek az sayıda kavramsal olarak anlamlı yeni değişkenler (faktörler, boyutlar) bulmayı ve keşfetmeyi amaçlayan çok değişkenli bir istatistik olarak tanımlanabilir (Büyüköztürk, 2002: 472). Yurtseven vd. (2013), Büyüköztürk (2008)'ün faktör analizi tanımına göre, çok değişkenli teknikleri kullanmadan önce temel yapılarda

büyük rol oynadığını ve faktör analizi birbiriyle ilişkili değişkenleri tanımlayarak çok sayıda değişken arasındaki ilişkileri analiz etmeyi sağladığını belirtmişlerdir.

Faktör analizi ile ilgili analiz, veri özetlemesi, değişken seçimi ve diğer çok değişkenli tekniklerle faktör analizi sonuçlarının kullanılması olmak üzere dört husus vardır. İlk olarak analiz, değişkenler arasındaki ilişkiyi ve cevap verenler arasındaki korelasyonları ortaya koyar. İkinci olarak faktör analizi, orijinal değişkenlerden önemli değişkenleri tanımlayarak veri azaltmayı sağlar ve ardından yeni bir değişkenler kümesi oluşturur. Üçüncü olarak değişken seçimi, önemli değişkenler belirlendikten sonra boyutları belirlenmelidir. Dördüncüsü, faktör analizi, diğer birçok çok değişkenli teknik için bir başlangıç noktasıdır. Örneğin, bu çalışmada faktör analizi sonuçları ile Pearson korelasyon analizi ve çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Doğrulayıcı ve keşfedici (açımlayıcı) faktör analizi olmak üzere ikiye ayrılmaktadır.

Faktör analizlerini yapabilmek için öncelikle ölçeğin normal dağılım gösterdiğinin ve örneklem yeterliliğinin ölçülmesi gerekmektedir. Bunun için Kaiser-Meyer-Olkin ve Bartlett testleri yapılmalıdır. Bartlett testi, değişkenlere ilişkin korelasyon matrisinin anlamlılığını ölçen bir testtir. KMO testi ise verilerin faktör analitik modeli ile modellenenebilmesine ilişkin bir ölçüt sunmaktadır.

KMO testi sonucunda, değerin 0,50'den düşük olması halinde faktör analizine devam edilemeyeceği yorumu yapılır (Çokluk vd., 2012: 207). Verilerin KMO testi ile elde edilen 0,951 değeri faktör analizi için çok iyi bir ölçüttür. Bundan dolayı araştırmadaki örneklem büyüklüğü yeterlidir. Bartlett testi ile veriler arasında bir ilişki olduğu saptanmıştır ($p=0,000<0,05$). Yani veriler normal dağılım göstermiştir ve değişkenler arasında yüksek korelasyon mevcuttur.

Tablo-5: KMO ve Bartlett Testleri (KMO and Bartlett's Test)

Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Örneklem Uygunluğu Değeri		.951
Bartlett's Küresellik Testi	Yaklaşık Ki-Kare Değeri (χ^2)	14490,548
	Serbestlik Derecesi (df)	.435
	Anlamlılık Derecesi (Sig.)	.000

Açımlayıcı faktör analizi, verileri daha küçük bir özet değişken grubuna indirmek ve olayın altında yatan teorik yapıyı keşfetmek için kullanılan istatistiksel bir tekniktir. Değişkenle cevap veren arasındaki ilişkinin yapısını tanımlamak için kullanılır (Suhr, 2006: 201). Diğer bir tanıma göre yeni

oluşturulmuş veya bir dilden başka bir dile çevrilmiş bir ölçeğin değişkenlerini temsil eden ifadelerin altında yatan faktör yapısını ortaya koymayı ve keşfetmeyi amaçlayan faktör analizi türüdür (Yaşlıoğlu, 2017: 75). Araştırma verilerinin açımlayıcı faktör analizi sonuçları Tablo-6 ve Tablo-7’de görülmektedir.

Tablo-6: Açıklanan Toplam Varyans

Motivasyonlar	İlk Özdeğerler			Kare Yüklerin Çekme Toplamları			Kare Yüklerin Dönme Toplamları		
	Varyans		Kümülatif	Varyans		Kümülatif	Varyans		Kümülatif
	Toplam	%		Toplam	%		Toplam	%	
1	10,407	34,691	34,691	10,407	34,691	34,691	3,657	12,189	12,189
2	1,747	5,823	40,514	1,747	5,823	40,514	3,437	11,457	23,646
3	1,375	4,583	45,097	1,375	4,583	45,097	3,268	10,892	34,538
4	1,256	4,186	49,284	1,256	4,186	49,284	2,823	9,409	43,947
5	1,043	3,478	52,762	1,043	3,478	52,762	2,644	8,814	52,762
6	,977	3,258	56,020						
7	,917	3,055	59,075						
8	,904	3,014	62,089						
9	,777	2,591	64,681						
10	,757	2,524	67,205						
11	,684	2,280	69,484						
12	,660	2,200	71,685						
13	,616	2,055	73,739						
14	,598	1,993	75,732						
15	,573	1,911	77,643						
16	,558	1,861	79,504						
17	,549	1,830	81,334						
18	,524	1,747	83,082						
19	,509	1,697	84,778						
20	,502	1,674	86,452						
21	,494	1,648	88,100						
22	,465	1,549	89,649						
23	,459	1,529	91,178						
24	,450	1,501	92,679						
25	,442	1,472	94,151						
26	,417	1,391	95,542						
27	,387	1,292	96,834						
28	,331	1,104	97,938						
29	,323	1,075	99,013						
30	,296	,987	100,000						

Açıklanan varyansın toplam varyans üzerinden %50'yi geçiyor olması faktör analizinin önemli bir kriteridir. Çünkü oluşturulan faktör yapısı toplam değişken varyansının yarısından azını açıklıyor ise temsil yeteneğinden söz etmek yanlış olur (Yaşlıoğlu, 2017). Tablo-6'da görüldüğü üzere açıklanan toplam varyansta beş faktörün varyansın %52,762'sini açıklamaktadır. Dolayısı ile oluşturulan faktör yapısının temsil yeteneği bulunmaktadır.

Bu araştırmada, gönüllü turizme yönelik motivasyonlar ölçeği, yapılan açımlayıcı faktör analizi sonucunda beş boyutta incelenmiştir. Elde edilen faktör yükleri Tablo-7'de gösterilmektedir.

Tablo-7: Gönüllü Turizm Motivasyonlarına Yönelik Faktör Yükleri

Maddeler	Faktörler				
	1	2	3	4	5
Kendini Geliştirme					
Farklı kültürlerden insanlarla bir arada bulunmak	,718				
Yerel halk ile tanışmak	,709				
Diğer insanlar hakkında bilgi edinmek	,668				
Diğer gönüllü turistlerle ilişkiler geliştirmek	,616				
Yeni şeyler öğrenmek	,568				
Seyahat sevgisi ile toplumsal sorumluluk duygusunu birleştirmek	,519				
Gidilen yer hakkında bilgimi geliştirmek	,464				
Fedakârlık					
Başkalarına yardım etmek		,650			
Huzur ortamını yaşamak		,629			
Anlamlı bir şey yapmak		,627			
İyi vakit geçirmek		,584			
Günlük stresten uzak olmak		,564			
Topluma karşı sorumluluklarımı yerine getirmek		,502			
Özerklik ve İlişki					
Aile ilişkilerimi güçlendirmek			,767		
Arkadaşlık ilişkilerimi güçlendirmek			,760		
Gönüllü turizm ile çocuklarıma eğitim ortamı sunmak			,545		
Bir hayalimi gerçekleştirmek			,530		
Bağımsız olmak			,499		
Yöresel kültürü derinlemesine tanımak			,451		
Değerler					
Misyonunu desteklediğim bir kurumla çalışmak				,638	

Bir görevin zorluklarını deneyimlemek	,594
Kişisel değerler hakkında düşünmek	,531
Toplumda farklılık yaratmak	,510
Nadir bir fırsatın içinde yer almak	,478
Kendini Gerçekleştirme	
Seyahat etmek	,632
Maceracı olmak	,592
Kişisel kariyerimi geliştirmek	,439

Yapılan açımlayıcı faktör analizi sonucunda, 30 ifadeden ve 7 boyuttan oluşan orijinal ölçek 27 ifade ve 5 boyut altında toplanmıştır (Bknz. Ek-4 AMOS diyagramı). İfadelerin azaltılmasının nedeni 0,4'ün altında kalan istatistiki olarak ifadeler anlamlı nitelendirilmezler ve analiz öncesi “*Günlük rutinden uzak kalmak*”, “*Kişisel ilgi alanlarımı geliştirmek*” ve “*Yeni ve farklı bir şey yapmak*” ifadeleri ölçek dışı bırakılmıştır. Ayrıca orijinal ölçekte yer alan yedi boyutun; araştırmanın farklı ülkede yapılması, örneklemin farklı olması ve demografik değişkenlerin etkisi ile 1. Kendini geliştirme, 2. Fedakârlık, 3. Özerklik ve İlişki, 4. Değerler ve 5. Kendini gerçekleştirme olarak beş boyuta dönüştüğü düşünülmektedir.

Gönüllük ve gönüllü turizm motivasyonlarını belirlemeye yönelik yapılan araştırmalarda bulunan motivasyonlar ve güvenilirlik katsayıları Tablo-8’de gösterilmektedir.

Tablo-8: Gönüllük ve Gönüllü Turizm Motivasyonlarını Belirlemeye Yönelik Yapılan Araştırmalarda Bulunan Motivasyon Boyutları ve Güvenirlik Katsayıları

Araştırmacılar	Araştırma ve Örneklemin Özellikleri	Bulunan Faktörler ve Güvenirlik Katsayıları
Lee (2011)	Planlı Davranış teorisi kullanarak gönüllü turistlerin amaçlanan katılımı/276 katılımcı	Kişisel gelişim Fedakârlık Kendini gerçekleştirme Kaçış Değerler Özerlik İlişki Genel motivasyon ölçeği güvenilirlik 0,823
Esmond ve Dunlop (2004)	Batı Avustralya'daki gönüllülerin motivasyonlarını değerlendirmek için gönüllü motivasyon envanteri	Değerler 0,58 Kariyer Geliştirme 0,7482 Kişisel Gelişim 0,6259

		geliştirme/344 katılımcı	Tanıma 0,5592 Sosyal 0,6743. Karşılıklılık 0,3653 Tepkime 0,0663 Hedoizm -0,1176
Bang ve Ross (2009)	Gönüllü Memnuniyet/254 katılımcı	Motivasyon ve	Değerler Toplum katılımı Kişilerarası İletişim Kariyer yönlendirmesi Kişisel gelişim Dışsal ödüller Genel motivasyon ölçeği güvenirlik 0,976
Dwyer (2013)	Dönüşümsel liderlik ve kişisel motifler gönüllü sonuçlara etkisi/302 katılımcı		Değerler 0,80 Sosyal 0,83 Koruyucu 0,81 Kariyer 0,84 Öğrenme 0,82 Geliştirme 0,81 Genel motivasyon ölçeği güvenirlik 0,94
Cnaan ve Goldberg-Glen (1991)	İnsan Hizmetlerinde Gönüllüye Yönelik Motivasyonu Ölçme/362 katılımcı		Fedakârlık Egoistik Sosyal Maddi-egoistik Genel motivasyon ölçeği güvenirlik 0,86
Leonard Onyx (2011)	Gönüllü turizm: İlgili ve		Yardım etme Öğrenme Sosyal Kendini gerçekleştirme Genel motivasyon ölçeği güvenirlik 0,76
Giannoulakis vd. (2007)	Mega spor etkinliklerinde gönüllü motivasyonu ölçme/146 katılımcı		Maddi motivasyonlar 0,91 Amaçlı motivasyonlar 0,84 Boş zaman 0,84 Egoist motivasyonlar 0,79 Dış motivasyonlar 0,73
Otoo ve Amuquandoh (2014)	Gana'da uluslararası gönüllü turistlerin gönüllü motivasyonlarının belirlenmesi/276 katılımcı		Fedakârlık ve Öğrenme 0,91 Hayırseverlik 0,67 Sosyalleşme 0,62 Genel motivasyon ölçeği güvenirlik 0,891
Farrell (1998)	Bir spor yarışmasında gönüllü motivasyon, memnuniyet ve yönetim/300 katılımcı		Amaçlı motivasyonlar 0,86 Dayanışmacı motivasyonlar 0,82 Dış gelenekler 0,65 Taahhütler 0,65

Twynam (2002)	vd.	Özel bir spor etkinliğinde boş zaman ve gönüllü motivasyonu/190 katılımcı	Dayanışmacı motivasyonlar 0,85 Amaçlı motivasyonlar 0,85 Taahhütler 0,70 Dış gelenekler 0,67
İlbay (2014)		Gönüllü ve Gençlik Turizmi: Eskişehir'e Yönelik Bir Öneri/384	Fedakârlık Özerklik Gündelik hayattan uzaklaşma Farklı insanlar tanıma Genel motivasyon ölçeği güvenirlik 0,85

Bu araştırma ile ilgili motivasyon ölçeğinden elde edilen verilerin güvenirlik analizi sonucunda güvenirlik değeri 0,926 olarak hesaplanmıştır. Bu rakam güvenirlik düzeyinin yüksek olduğunu göstermektedir. Motivasyon boyutlarının güvenirlikleri ise Tablo-9'da gösterilmektedir.

Tablo-9: Motivasyon Ölçeğinde Yer Alan Boyutlara İlişkin Güvenirlik Katsayıları

Motivasyon Ölçeğinde Yer Alan Boyutlar	Cronbach's Alpha
1. Fedakârlık	,834
2. Kendini Geliştirme	,812
3. Özerklik ve İlişki	,808
4. Değerler	,722
5. Kendini Gerçekleştirme	,613
Ölçek Güvenirlik	,926

Yurtseven vd., Büyüköztürk (2008) göre doğrulayıcı faktör analizi ile değişkenler arasındaki ilişkiye dair daha önce saptanan bir hipotezin ve kuramın test edilmesi söz konusu olduğunu belirtmişlerdir (Yurtseven vd., 2013: 59). Doğrulayıcı faktör analizi, gözlemlenen değişkenlerin bir dizi faktör yapısını doğrulamak için kullanılan istatistiksel bir tekniktir. Doğrulayıcı faktör analizi, araştırmacının gözlemlenen değişkenler ve bunların altında yatan gizli yapılar arasındaki ilişkinin var olduğu hipotezini test etmesini sağlar (Suhr, 2006: 201). Doğrulayıcı faktör analizini etkileyen bazı durumlar bulunmaktadır (Suhr, 2006: 201);

- Yeterli örneklem büyüklüğü gerekliliği
- Ölçüm aletleri
- Çok değişkenli normallik
- Aykırı cevaplar

- Kayıp veri

Elde edilen verilerin doğrulayıcı faktör analizine ilişkin sonuçları aşağıda gösterilmektedir.

Serbestlik derecesi istatistikte bir istatistiğin kesin hesaplanmasında kullanılan değerlerin sayısının ne kadar değişme serbestisi olduğunu sayısal olarak verir. İstatistiksel parametrelerin kestirimleri değişik nicelikte veriye veya bilgiye dayanabilir (Wikipedia, 2019). Ölçek serbestlik derecesi 303, Ki-Kare 1208,100'dir. $p=0,000$; $p<0,01$ olduğu için yüksek düzeyde istatistiksel anlamlılık söz konusudur.

Tablo-10: Serbestlik Derecesi

Farklı örnekleme momentlerinin sayısı:	378
Tahmin edilecek belirgin parametrelerin sayısı:	75
Serbestlik derecesi (378 - 75):	303

Tablo-11: Ki-Kare Testi

Ki-Kare	1208,100
Serbestlik derecesi	75
Olasılık seviyesi	,000

Ki-Kare değeri $n>50$ olan büyük örneklemelerde neredeyse çoğu zaman model uygunluğunu reddetmektedir. Bundan dolayı CMIN/df değerine bakmak gerekmektedir. Araştırmacılara göre değer 5'ten küçük olması modelin kabul edilmesi için yeterli sayılmaktadır ve CMIN/df 3,987 değerine göre modelin istatistiksel olarak uygunluğu kabul edilmiştir (Bknz. Tablo-12).

Tablo-12: CMIN Uyum Değerleri

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Mevcut model	75	1208,100	303	,000	3,987
Doygun model	378	,000	0		
Bağımsız model	27	12679,834	351	,000	36,125

RMR (Root Mean Square Residual) değeri sıfıra yaklaştıkça test edilen modelin da iyi uyum gösterdiği anlaşılır. RMR değerinin $<0,08$ olması kabul edilebilir değer anlamına gelirken, $<0,05$ normal değer olarak görülmektedir (Çapık,

2014: 199) ve $RMR=0,032$ modelin uyumlu olduğunu göstermektedir. İyilik uyum indeksi anlamına gelen GFI (Goodness of Fit Index) $.90 \leq GFI \leq .95$ değerleri arasında olması kabul edilebilirdir (Çapık, 2014: 199) ve modelde $GFI=0,928$ olarak bulunmuştur.

GFI değerinin büyük örneklemelerdeki eksikliğini gidermek amacı ile düzeltilmiş iyilik uyum indeksi (AGFI) kullanılmaktadır. Elde edilen değerin $0.90 \leq AGFI \leq 1.00$ arasında olması modelin mükemmel uyum gösterdiğini işaret etmektedir (Çerezci, 2010: 66) ve araştırmada $AGFI=0,910$ değeri ile model mükemmel uyum göstermektedir. Sıkı iyilik uyum indeksi anlamına gelen PGFI (Parsimony Goodness of Fit Index) değerinin 1'e yakın olması modelin yalın ve sade olduğunu göstermektedir. Değerin $0.50 \leq PGFI \leq .95$ arasında olması kabul edilebilir bir değer olması ile beraber (Çerezci, 2010: 66), $PGFI=0,744$ değeri ile modelin ortalamanın üzerinde bir sadelik ve yalınlık düzeyine sahip olduğu görülmektedir.

Tablo-13: RMR, GFI, AGFI ve PGFI Uyum Değerleri

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Mevcut model	,032	,928	,910	,744
Doygun model	,000	1,000		
Bağımsız model	,249	,264	,207	,245

Normlaştırılmış uyum indeksi (NFI) istatistiği modelin χ^2 değeri ile sıfır modelinin χ^2 değerini karşılaştırmaktadır. Sıfır modeli (independence model) ölçülen değişkenlerin ilişkili olmadığı (uncorrelated) model olarak tanımlanmaktadır (Yaşlıoğlu, 2017: 81). NFI değeri için eşik değer 0,90 olarak kabul edilmekte (Yaşlıoğlu, 2017: 77) ve $NFI=0,905$ değeri ile modelin iyi uygunluk gösterdiği söylenebilir.

Karşılaştırmalı uyum indeksi (CFI), NFI istatistiğinin geliştirilmiş versiyonudur, örnek büyüklüğünü de hesaba katar ve küçük örneklemelerde dahi iyi sonuçlar verir, en çok kabul gören ve kullanılan istatistiklerden biridir (Yaşlıoğlu, 2017: 81). CFI değeri için $.90 \leq CFI \leq .95$ arasında olması kabul edilebilir olduğunu göstermektedir (Yaşlıoğlu, 2017: 77) ve modelin $CFI=0,927$ değeri ile iyi uygunluk gösterdiği söylenebilir.

Tablo-14: Temel Karşılaştırmalar

Model	NFI Delta1	RFI rho1	IFI Delta2	TLI rho2	CFI
Mevcut model	,905	,890	,927	,915	,927
Doygun model	1,000		1,000		1,000
Bağımsız model	,000	,000	,000	,000	,000

Modelin tutarlılığını değerlendirirken PNFI ve PCFI değerlerine bakmak gerekmektedir. PCFI ve PNFI değerlerinin $.50 \leq \text{PNFI-PCFI} \leq .95$ arasında olması kabul edilebilir bir tutarlılık olduğunu göstermektedir (Çerezci, 2010: 66).

Tablo-15: PCFI ve PNFI Tutarlılık Değerleri

Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Mevcut model	,863	,781	,800
Doygun model	,000	,000	,000
Bağımsız model	1,000	,000	,000

AIC ve CAIC uyum iyilik ölçütleridir. Karşılaştırılan modeller arasında en küçük değere sahip olan model iyi uyum göstermektedir (Çerezci, 2010: 55).

Tablo-16: AIC ve CAIC Uyum Değerleri

Model	AIC	BCC	BIC	CAIC
Mevcut model	1358,100	1361,609	1741,463	1816,463
Doygun model	756,000	773,684	2688,152	3066,152
Bağımsız model	12733,834	12735,098	12871,845	12898,845

Beklenen çapraz geçerlilik indeksi (ECVI), modeller arasında kıyaslama yapıldığı zaman, ECVI değeri en küçük olan model uyum göstermektedir (Çerezci, 2010: 55).

Tablo-17: ECVI Değeri

Model	ECVI	LO 90	HI 90	MECVI
Mevcut model	1,109	1,024	1,199	1,112
Doygun model	,617	,617	,617	,632
Bağımsız model	10,395	10,097	10,698	10,396

Çokluk vd. (2012)'nin araştırmalarına göre RMSEA ana kütledeki yaklaşık uyumun bir ölçüsüdür. Yaklaşık ortalamaların karekökü anlamına gelir. Sıfır ve bir arasında değer alır. Bir modelin kabul edilebilmesi için RMSEA değerinin 0,08 veya altında olması istenmektedir (Çerezci, 2010: 64) ve RMSEA=0,049 değeri ile ölçek ana kütleyle uyum göstermektedir.

Tablo-18: RMSEA Uyum Değerleri

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Mevcut model	,049	,046	,052	,631
Bağımsız model	,169	,167	,172	,000

Hoelter .05 ve Hoelter .01 indeksleri araştırma hipotezlerinin test edilmesi için gerekli minimum örneklem büyüklüğünü göstermektedir. Hipotezlerin test edilmesi için gerekli örneklem büyüklükleri Hoelter .05 göre 350, Hoelter .01 göre 369 olduğu görülmüştür ve araştırmanın örneklem büyüklüğü her iki indeks büyüklüğünün çok üzerindedir.

Tablo-19: HOELTER İndeksi Değerleri

Model	HOELTER .05	HOELTER .01
Mevcut model	350	369
Bağımsız model	39	41

3.5. VERİLERİN ANALİZİ

Verilerin analizinde SPSS Statistics v.25 ve Microsoft Office Excel 2010 programlarından yararlanılmıştır.

Demografik değişkenlerden cinsiyet, medeni durum ve çocuk sahibi olma durumunun, gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri ve motivasyonlarına göre farklılık gösterip göstermediğini tespit etmek amacıyla t-Testi kullanılmıştır. Yaşadığı bölge, meslek ve eğitim değişkenlerinin gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri ve motivasyonlarına göre farklılık gösterip göstermediğini ölçmek için ANOVA ve Varyansların Homojenliği Testi kullanılmıştır. Verilerin homojenliği sağlaması ve sağlamaması durumuna göre Tamhane T2 veya Tukey HSD testleri kullanılmıştır. Demografik değişkenlerden yaş ve gelir ile gönüllü turizme yönelik

katılım eğilimleri ve motivasyonları arasındaki ilişki düzeyini ölçmek için Pearson Korelasyon Analizi kullanılmıştır.

Türkiye’de yaşayan insanların gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri ve motivasyonun boyutları arasında ilişki düzeyini ölçmek için Pearson Korelasyon Analizi kullanılmıştır. Gönüllü turizme yönelik motivasyon boyutları, gönüllü turizme yönelik katılım eğilimlerini ne düzeyde açıkladığını tespit etmek için çoklu doğrusal regresyon analizi kullanılmıştır.

Gelecekte gönüllü turizme katılım niyeti ile gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri ve motivasyonlara göre farklılık gösterip göstermediğini tespit etmek amacıyla t-Testi kullanılmıştır.

Son olarak gelecekte gönüllü turizme katılım niyeti, demografik değişkenler üzerindeki dağılımına bakmak için çapraz tablolardan faydalanılmıştır.

Tablo-20: Hipotezlere ve Araştırma Sorularına Göre Kullanılan İstatistikler

Hipotezler	Kullanılan İstatistikler
H1a, H1d, H1e, H2a, H2d, H2e,	T-Testi
H1c, H1f, H1g, H2c, H2f, H2g,	ANOVA, Varyansların Homojenliği Testi, Tamhane T2 veya Tukey HSD
H1b, H1h, H2b, H2h	Pearson Korelasyon Analizi
Araştırma Sorusu 3	P-P Pilot Grafiği, Durbin-Watson (DW) Testi, Tolerasyon ve VIF İstatistikleri, Korelasyon, Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi
Araştırma Sorusu 4	t-Testi
Araştırma Sorusu 5	Çapraz Tablolar

3.5.1. İlişkisiz (Bağımsız) Örneklem t-Testi

Pek çok araştırmacı, bir değişkene ilişkin oluşan grupların bir bağımlı değişkene ait ölçümlerinin (puanlarının) karşılaştırılmasına odaklanır; gruplar arasında gözlenen farkların istatistiksel olarak manidar olup olmadıklarını ya da bu farkların basit bir şekilde şansla oluşup oluşmadığını, hipotez testlerini kullanarak test ederler. İlişkisiz örneklem t-testi, iki ilişkisiz örneklem ortalamaları arasındaki farkın manidar olup olmadığını test etmek için kullanılır (Büyüköztürk, 2018: 39). Bağımsız gruplar t-testi, iki bağımsız grubun ortalamalarının birbirinden farklı olup olmadığını test etmek amacıyla kullanılan bir istatistik yöntemidir (Nacar

ve Kayış, 2013: 98). Grup ortalamaları arasındaki karşılaştırma t-Testi ile yapılmaktadır.

3.5.2. Tek Yönlü Varyans Analizi (One Way ANOVA)

Bilimsel araştırmalarda, bilinmeyen kitle ortalamasına ilişkin çıkarsamalar yapmak büyük önem taşır. Bilindiği gibi tek etken için ikiden fazla kitle ortalaması arasındaki farkın önem kontrolü tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ile araştırılır (Ergün ve Aktaş, 2009: 481). Amaç, deneyi etkileyen faktör veya faktörlerin etkisinin belirlenmesidir. Deneyi etkileyen yalnız bir tane faktör olduğunda tek yönlü varyans analizi kullanılmaktadır (Çelik, 2012: 1). Varyans kavramı, ikiden fazla değişken üzerindeki potansiyel farkı bulmak için kullanılır. Bu, toplam varyansı bileşenlere ayırarak yapılır. Tek yönlü ANOVA, ANOVA'nın sadece tek bir faktör etkisinin çözümlendiği spesifik ve en basit şeklidir.

Tek yönlü varyans analizi (ANOVA), ikiden fazla değişkenin ortalamaları arasında fark olup olmadığını tespit etmek amacıyla kullanılmaktadır. Bu analiz, genel anlamda bir farkın olup olmadığını tespit etmeye çalışırken, farklılığın hangi grup ya da gruplardan kaynaklandığını araştırmamaktadır (Kayri, 2009: 52). ANOVA analizi ile tespit edilen farklılıkların anlamlı olup olmadığı ve varyansların homojenlikleri incelenir. Varyansların homojen olma durumunda Tukey HSD testi, varyanslar homojen olmadığı zaman Tamhane T2 testi yapılmaktadır.

Tek yönlü varyans analizini uygulayabilmek için birkaç varsayımın karşılanması gerekmektedir. Normallik varsayımı için Kolmogorov-Smirnov testi yapılmıştır. Kolmogorov-Smirnov test sonuçlarına göre araştırmada yer alan bölge, çalışma durumu ve eğitim düzeyi değişkenlerine ait hipotezlerde normal dağılım (Kolmogorov-Smirnov $Z=0,622$, $p>0.05$) görülmektedir. Bir diğer varsayım ise popülasyon varyanslarının eşit olması gerektiğidir. Her bir grup elemanlarının geldikleri evrenlerde varyansların aynı olduğu varsayılmıştır. Verilerin eşit varyansa sahip olup olmadıklarını test etmek için Levene testi yapılmış ve varyansların eşit olduğu ($p<0,05$) bilgisine ulaşılmıştır. Son varsayım ise istatistiksel bağımsızlıktır. ANOVA analizinde yer alan bölge, çalışma durumu, eğitim düzeyi ve gelir değişkenlerinin kendi içinde bağımsız olduğu varsayılmaktadır.

3.5.3. Pearson Korelasyon Analizi

İki değişken arasındaki ilişkinin incelenmesi isteniyorsa ve değişkenlerden her ikisi de interval (aralık) veri karakterinde ise, basit korelasyon-regresyon analizi yapılır. Bu durumda, sadece iki değişken arasında bir ilişki olup olmadığının belirlenmesi isteniyorsa, Pearson korelasyon katsayısının hesaplanması yeterlidir (Şahin, 2010: 203). Pearson korelasyon katsayısı artı ve eksi 1 arasında değişir. Bu nedenle, +1 korelasyon katsayısı mükemmel bir pozitif ilişki gösterir ve -1 mükemmel bir negatif ilişki anlamına gelir. Başka bir deyişle, korelasyon katsayısı ne kadar büyük olursa, değişkenler arasındaki ilişki o kadar büyük olur.

3.5.4. Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi

Regresyon analizinde, sabit diğer değişkenler üzerine bir değişkenin ortalama değeri tahmin edilmeye veya öngörülmeğe çalışılır (Şahin, 2010: 205). Aralarında ilişki olan iki ya da daha fazla değişkenden birinin bağımlı değişken, diğerlerinin bağımsız değişkenler olarak ayrımı ile aralarındaki ilişkinin bir matematiksel eşitlik ile açıklanması sürecini anlatır (Köklü vd., 2007: 136).

Çoklu doğrusal regresyon analizi ise, bağımlı değişkenle ilişkili olan iki veya daha çok bağımsız değişkene dayalı olarak, bağımlı değişkenin tahmin edilmesine yönelik analiz türüdür (Yurtseven vd., 2013: 58).

Çoklu regresyon analizi, yordayıcı değişkenler tarafından bağımlı değişkende açıklanan toplam varyans yorumlamasına, açıklanan varyansın istatistiksel anlamlılığına, yordayıcı değişkenlerin istatistiksel olarak anlamlılığına ve yordayıcı değişkenlerle bağımlı değişken arasındaki ilişkinin yönüne ilişkin yorum yapma olanağı verir (Yurtseven vd., 2013: 58). Regresyon analizini yapabilmek için örneklem büyüklüğü, normal dağılım, otokorelasyon, bağımsız değişkenlerin birbirleriyle yüksek korelasyon göstermemesi ve kayıp ve uç değerler varsayımlarının karşılanması gerekmektedir.

Gönüllü turizme yönelik motivasyon boyutlarının, gönüllü turizme yönelik katılım eğilimini etkileyip etkilemediğini tespit etmek amacıyla, çoklu doğrusal regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri bağımlı değişken, gönüllü turizme yönelik motivasyon boyutları ise bağımsız değişken olarak kabul edilmiştir.

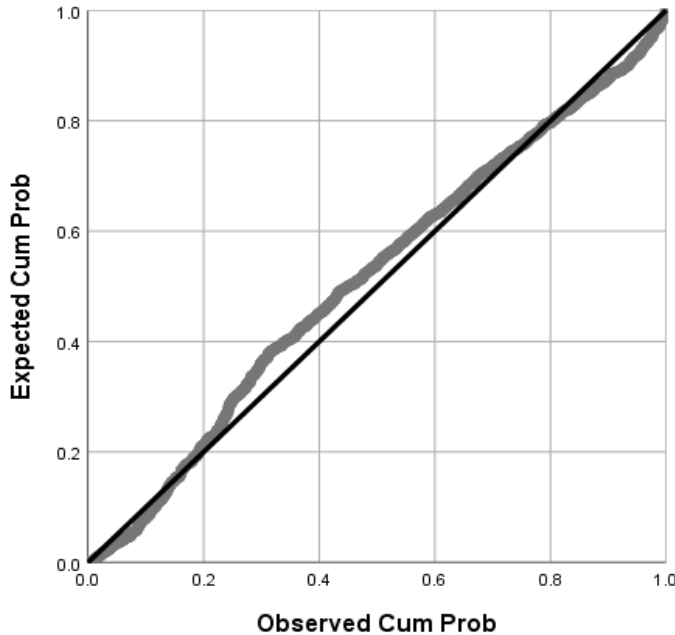
Çoklu doğrusal regresyon modelinin kullanılabilmesi için yerine getirilmesi gereken öncelikli koşul, kayıp değerlerin incelenmesidir. Kayıp değerler %5'ten az ise veri setinden silinmesi uygun olarak kabul edilmektedir (Çokluk vd., 2012: 39). Bu değere uygun olarak 52 kayıp değer veri setinden çıkarılmıştır.

Çoklu doğrusal regresyon modelinin kullanılabilmesi için yerine getirilmesi gereken varsayımlarından birisi de uç değerlerin incelenmesidir (Çokluk vd., 2012: 15). Yapılan inceleme ile birlikte 33 uç değer tespit edilmiştir ve bu değerlerin veri setinden çıkarılmasına karar verilmiştir.

Miller ve Kunce (1973)'e göre çoklu doğrusal regresyon modelleri için önemli bir varsayım da örneklem büyüklüğüdür. Örneklem büyüklüğünün modelde yer alan bağımsız değişken sayısının en az 10 katı olması gerekmektedir. Araştırma ile elde edilen veri sayısı bu varsayımı karşılamaktadır.

Regresyon analizinde diğer bir varsayım normal dağılım göstermesi gerektiğidir. Bu varsayım P-P Plot histogram grafiği ile kontrol edilebilmektedir. P-P Plot histogram grafiği Şekil-3'te yer almaktadır. Histogram grafiği incelendiğinde dağılımın normal olduğu söylenebilir.

Şekil-3: P-P Pilot Histogram Grafiği



Veri setindeki gözlemler arasında otokorelasyon bulunmaması Regresyon analizinin bir diğer varsayımıdır. Bu sorunun test edilmesi için Durbin-Watson (DW)

testi kullanılmaktadır. DW test istatistiği, 0 ile 4 arasında bir değer almaktadır. Genel bir kural olarak, 1-3 arasında ya da 2'ye yakın değerlerin, kabul edilebilir sınırlar içerisinde yer aldığı belirtilmektedir (Field, 2005: 170). Bu araştırmada DW testi ile 1,991 değeri bulunmuştur ve verilerin otokorelasyon göstermediği söylenebilir.

Bağımsız değişkenlerin birbiriyle yüksek korelasyon göstermemesi Regresyon analizinin önemli varsayımlarından bir diğeridir. Bağımsız değişkenler arasında 0,80 ve üzeri korelasyonların olması, çoklu doğrusallık probleminin bir göstergesi olarak değerlendirilmektedir (Field, 2005: 170). Çoklu doğrusallığı ifade eden bu sorunun test edilmesi için korelasyon analizi yapılmıştır. Bağımsız değişkenler arasındaki korelasyonların 0,80'in altında olduğu, böylece çoklu doğrusallık sorunu bulunmadığı tespit edilmiştir. Ayrıca, çoklu doğrusallık kontrol testleri olan tolerans istatistiğine ve varyans artma faktörüne (VIF) bakılmıştır. Tablo-21'de bağımsız değişkenlere ait tolerans ve VIF değerleri sunulmaktadır.

Tablo-21: Bağımsız Değişkenlere Ait Tolerans ve VIF Değerleri

Motivasyon Boyutları	Tolerans İstatistiği	VIF İstatistiği
Kendini geliştirme	.498	2.008
Fedakârlık	.474	2.111
Özerklik ve İlişki	.488	2.049
Değerler	.473	2.116
Kendini gerçekleştirme	.534	1.872

Tablo-21'de VIF değerlerinin de 4'ten küçük olduğu ve tolerans değerlerinin 0,20'nin üzerinde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre, bağımsız değişkenler olan motivasyon boyutları arasında çoklu doğrusallık sorunu olmadığı görülmektedir.

Regresyon analizinin varsayımları sağlanmasından sonra, araştırmanın üçüncü hipotezini test etmek üzere, tüm bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkendeki varyansın ne kadarını açıkladığını araştırmak üzere, çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Motivasyonun alt boyutları olan kendini geliştirme, fedakârlık, özerklik ve ilişki, değerler ve kendini gerçekleştirmenin, gönüllü turizme yönelik katılım eğilimlerini etkileme derecesine ilişkin, çoklu doğrusal regresyon analizi sonuçları, bulgular bölümünde sunulmaktadır.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMA BULGULARI VE DEĞERLENDİRİLMESİ

Bu bölümde, araştırmada elde edilen verilerin analizler sonucu elde edilen bulguların değerlendirilmesi başlıklar halinde yorumlanmaktadır. Öncelikle araştırmada yer alan katılımcıların demografik değişkenlerine ait frekans dağılımları sunulmaktadır. Araştırma hipotezlerini test etmek amacı ile bu demografik değişkenlerin gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri ve motivasyonları arasındaki farklar ve/veya ilişkiler düzeyleri incelenmektedir.

Araştırma sorularından gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri ve motivasyonun boyutları arasındaki ilişki düzeyi ve motivasyonların katılım eğilimlerini ne düzeyde açıkladığı ise bu bölümde yer alan analizlerden bir tanesidir.

Son olarak gelecekte gönüllü turizme katılım niyeti ile gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri ve motivasyonları arasındaki ilişki incelenmiştir. Ayrıca gelecekte gönüllü turizme katılım niyetinin demografik değişkenlere ait dağılım çapraz tablolar halinde sunulmaktadır.

4.1. DEMOGRAFİK DEĞİŞKENLERE AİT FREKANS ANALİZİ

Daha önceki bölümlerde verilerin nicel araştırma yöntemi ile toplandığı belirtilmişti. Matbu anket formları ve online anket yöntemi ile elde edilen veriler incelenmiş ve toplam 1311 adet anket formunun 85 tanesi eksik veri ve uç değerlerden dolayı değerlendirmeye alınmamıştır.

Araştırmaya katılanlara ait; yaş, yaşadığı bölge, medeni durum, çocuk sahibi olma, çalışma durumu, eğitim ve gelir gibi demografik bilgiler, aşağıda Tablo-22’de cinsiyet değişkeni de baz alınarak açıklanmaktadır.

Tablo-22: Cinsiyete Göre Demografik Bilgilerin Dağılımı

Demografik Değişkenler		Değişken				
		Kadın	Grupta	Erkek	Grupta	Toplam
		(K)	%	(E)	%	(K+E)
Cinsiyet		587	%47,9	639	%52,1	1226
Yaş	18-25	224	%38.2	192	%30.0	416
	26-35	197	%33.6	208	%32.6	405
	36-45	108	%18.4	130	%20.3	238
	46 ve üzeri	58	%9.9%	109	%17.1	167

Yaşadığı Bölge	İstanbul	57	%9,7	74	%11.6	131	%10.7
	Marmara	78	%13,3	74	%11.6	152	%12.4
	Ege	83	%14,1	59	%9.2	142	%11.6
	Akdeniz	53	%9,0	87	%13.6	140	%11.4
	İç Anadolu	206	%35,1	208	%32.6	414	%33.8
	Karadeniz	73	%12,4	74	%11.6	147	%12.0
	Güneydoğu ve Doğu Anadolu	37	%6,3	63	%9.9	100	%8.2
Medeni Durum	Evli	278	%47.4	344	%53.8	622	%50.7
	Bekâr	309	%52.6	295	%46.2	604	%49.3
Çocuk Sahibi Olma	Çocuğu Olmayan	333	%56.7	315	%49.3	648	%52.9
	Çocuğu Olan	254	%43.3	324	%50.7	578	%47.1
Çalışma Durumu	Kamu Çalışanı	191	%32.5	197	%30.8	388	%31.6
	Özel Sektör Çalışanı	161	%27.4	305	%47.7	466	%38.0
	Diğer	235	%40.0	137	%21.4	372	%30.3
Eğitim Düzeyi	İlkokul	48	%8.2	57	%8.9	105	%8.6
	Ortaokul	34	%5.8	67	%10.5	101	%8.2
	Lise	114	%19.4	162	%25.4	276	%22.5
	Önlisans	96	%16.4	101	%15.8	197	%16.1
	Lisans	247	%42.1	203	%31.8	450	%36.7
	Lisansüstü	48	%8.2	49	%7.7	97	%7.9
Gelir (TL)	2500 Altı	115	%19.6	125	%19.6	240	%19.6
	2500 -3999	169	%28.8	176	%27.5	345	%28.1
	4000-5999	142	%24.2	187	%29.3	329	%26.8
	6000 ve Üzeri	161	%27.4	151	%23.6	312	%25.4

Yukarıdaki tablo incelendiği zaman verilere göre katılımcıların %47,9'u kadın, %52,1'i ise erkeklerden oluşmaktadır.

Demografik değişkenlerden yaş sorusu açık uçlu olarak sorulmuştur. Yaş değişkeni analiz kısmında korelasyon analizi ile test edilmesine rağmen yaş dağılımını bilmekte fayda vardır. Buna göre kadın katılımcıların çoğunluğu % 38,2 ile 18-25 yaş arasında, erkeklerin ise çoğunluğu %32,6 ile 26-35 yaş arasında bulunmaktadır. Ayrıca çalışmaya katılanların %66,9'u 18-35 yaş arasında yer almaktadır. Yani örneklemin çoğunluğunu genç ve orta yaşta insanlardan oluştuğu söylenebilir.

Araştırmanın evren ve örneklem kısmında açıklandığı üzere çalışma evreni Türkiye olarak belirlenmiş ve örneklem olarak Devlet Planlama Teşkilatının “İllerin ve Bölgelerin Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması Araştırması” ile oluşturulan istatistiki bölge birimleri sınıflandırmasında Düzey-1’de yer alan 12 bölge seçilmiştir. Bölgelerden toplanan anket verilerinin sayısına bakıldığında homojenlikten uzak olduğu görülmektedir. Bölgelerarası homojenliği sağlamak için birbirine yakın olan bölgeler birleştirilmiştir. Bu işlem sonucunda 7 bölge yeniden tanımlanmıştır. Doğu ve Batı Marmara bölgeleri birleştirilerek Marmara bölgesi, Batı ve Orta Anadolu bölgeleri birleştirilerek İç Anadolu bölgesi, Batı ve Doğu Karadeniz bölgeleri birleştirilerek Karadeniz bölgesi ve son olarak Kuzeydoğu, Ortadoğu ve Güneydoğu Anadolu bölgeleri birleştirilerek Güneydoğu ve Doğu Anadolu bölgesi oluşturulmuştur. Bu bölgelerin frekans dağılımlarına bakıldığında hem kadın hem de erkek katılımcı sayısının en yüksek olduğu bölge %33,8 ile İç Anadolu bölgesidir. Çalışmaya %8,2 ile en az katılımın Güneydoğu ve Doğu Anadolu bölgesinden olduğu görülmektedir.

Medeni durumun cinsiyete göre değerlendirildiği zaman, evli olanlar %50,7 bekârlar ise %49,3 ile birbirine yakındır. Kadınların yarısından biraz fazlası %52,6 ile evli, erkeklerin ise yarısından biraz fazlası %53,8 ile bekâr olduğu görülmektedir.

Katılımcıların çocuk sahibi olup olmadıklarına bakıldığında, katılımcıların %52,9’unun çocuk sahibi olduğu, %47,1’nin ise çocuk sahibi olmadıkları görülmektedir. Ayrıca katılımcıların cinsiyetlerine göre çocuk sahibi olup olmadıklarına bakıldığında kadınların 254’ünün çocuk sahibi olduğu, 333’ün ise çocuk sahibi olmadıklarını görülmektedir. Elde edilen verilere göre erkeklerde çocuk sahibi olma ve olmama durumunun çok farklılık göstermediği görülmüştür.

Katılımcılara anket çalışmasında meslekleri ile ilgili açık uçlu bir soru yönetilmiş ve 250’den fazla meslek cevabı alınmıştır. İstatistiki açıdan verileri kullanabilme ve anlamlılık kazandırabilmek adına meslekler yerine çalışma durumu “kamu çalışanı”, “özel sektör çalışanı” ve emekli, ev hanımı öğrenci ve işsizler “diğer” başlığı altında incelenmiştir. Kamu çalışanı kadınların sayısı 191, özel sektörde çalışan kadınların sayısı ise 161’dir. Kamuda çalışan erkeklerin sayısı 197, özel sektörde çalışan erkeklerin sayısı ise 305’tir. Ankete katılan 372 kişi ise diğer kısmında yer almıştır.

Anket çalışmasına katılan kadınların %42,1'i ve erkeklerin %31,8'i olmak üzere toplam 450 kişi lisans mezunudur. İlkokul ve ortaokul mezunu katılımcıların sayısı sırası ile 105 ve 101'dir. Araştırmaya katılanların %60,7'si önlisans, lisans ve lisansüstü mezunlardan oluşmaktadır.

Katılımcılara anket çalışmasında gelirleri açık uçlu soru olarak yöneltilmiştir. Gelir değişkeni analiz kısmında korelasyon analizi ile test edilmesine rağmen gelir dağılımını bilmekte fayda vardır. İstatistiki açıdan gelir verilerini kullanabilme ve anlamlılık kazandırabilmek adına gelirler “2500 ve Altı”, “2500-3999”, “4000-5999” ve “6000 ve Üzeri” olmak üzere dört gruba ayrılmıştır. Katılımcıların çoğunluğu %28,1 ile 2500 TL ve 3999 TL arasında gelire sahip olmakla beraber erkeklerden 338, kadınlardan ise 303 kişi 4000 TL üzeri gelire sahiptir.

4.2. DEMOGRAFİK DEĞİŞKENLER İLE GÖNÜLLÜ TURİZME KATILIM EĞİLİMLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİLER

Araştırmanın 1. sorusuna yanıt aramak için gönüllü turizme yönelik katılım eğilimlerinin, demografik değişkenlere göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için ANOVA ve t-Testi analizleri yapılmıştır. Elde edilen bulgular, tablolar halinde açıklanmaktadır.

4.2.1. Cinsiyete Göre Gönüllü Turizme Yönelik Katılım Eğilimlerinin Değerlendirilmesi

Gönüllü turizme yönelik katılım eğilimlerinin, cinsiyete göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan analizler ve bu analizler doğrultusunda yapılan açıklamalar aşağıda yer almaktadır.

H-1a: Gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri Türkiye’de yaşayan insanların cinsiyetlerine göre farklılık göstermektedir.

Yukarıdaki hipotezi test etmek için cinsiyet değişkeni ile gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri toplam puanına t-Testi uygulanmıştır. Cinsiyete göre gönüllü turizme yönelik katılım eğilimlerine ilişkin standart sapma, standart hata ve ortalama puanlar değerlerinden oluşan betimleyici istatistikler Tablo-23’te sunulmaktadır.

Tablo-23: Cinsiyete Göre Katılım Eğilimlerine İlişkin Betimsel İstatistikler

Değişken	Cinsiyet	N	Ortalama	Standart Sapma	Standart Hata
Katılım Eğilimi	Kadın	587	18.8467	4.11486	.16984
	Erkek	639	18.1127	4.74885	.18786

Tablo-23'deki verilere göre erkeklerin sayısı 639 ve kadınların sayısı 587 olarak görülmektedir. Gönüllü turizme yönelik katılım eğilimlerinin ortalama puanlar açısından cinsiyete göre çok farklılaşmadığı görülmektedir. İstatistiki olarak anlamlı olup olmadığını öğrenmek amacıyla yapılan t-Testi sonuçları Tablo-24'te sunulmaktadır.

Tablo-24: Cinsiyete Göre Katılım Eğilimlerine İlişkin t-Testi

Levene's Testi		t-Testi						
F	P	t	Sd	P	Ort. Fark	Std. Hata Farkı	%95 Güven Aralığı	
12.362	.000	2.881	1224	.004	.73400	.25479	.23413	1.23387
		2.898	1219.884	.004	.73400	.25325	.23714	1.23086

Tablo-24 incelendiğinde Levene's testi sonuçları; $F_{(2,1223)}=12,362$; $p=0,000<0,05$ değeri anlamlı ancak standart sapmalar eşit olmadığından dolayı ikinci satır incelenmelidir. Bu durumda t-Testi sonuçlarına göre ortalama farklar aynı olmak üzere $\bar{X}=0,73400$; $t_{(1224)}=2,898$; $p=0,004<0,05$ olduğu için katılım eğilimlerinin, cinsiyete göre istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde farklılaştığı görülmektedir ve Hipotez-1a KABUL edilmiştir. H-1a Hipotezi değerlendirmesi: Katılımcıların cinsiyetlerine göre gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri farklılık göstermektedir. Kadın katılımcılar erkeklere göre daha fazla katılım eğilimi göstermektedir.

4.2.2. Yaşa Göre Gönüllü Turizme Yönelik Katılım Eğilimlerinin Değerlendirilmesi

Gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri ile katılımcıların yaşları arasında ilişki olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan analizler ve bu analizler doğrultusunda yapılan açıklamalar aşağıda yer almaktadır.

H-1b: Türkiye'de yaşayan insanların yaşları ile gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki vardır.

H-1b hipotezini test etmek için yaş değişkeni ile gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri değişkenlerinin toplam puanlarına Pearson Korelasyonu yapılmıştır.

Tablo-25: Yaş İle Katılım Eğilimlerine İlişkin Korelasyon Analizi

Değişken	N	P	Pearson Korelasyonu
Yaş	1226	.000	-.117**

Tablo-25 incelendiğinde yaş ile gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri arasındaki ilişki $p=0.000<0.05$ anlamlı olmakla beraber $r=-0,117$ ile düşük düzeyde ilişki olduğu görülmektedir. Hipotez H-1b KABUL edilmiştir. Hipotezin değerlendirilmesi: Katılımcıların yaşlarına göre gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri farklılık göstermektedir. Katılımcıların yaşları arttıkça gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri azalmaktadır.

4.2.3. Bölgelere Göre Gönüllü Turizme Yönelik Katılım Eğilimlerinin Değerlendirilmesi

Gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri, katılımcıların yaşadığı bölgelere göre farklılık gösterip göstermediğini ölçmek amacıyla yapılan analizler ve bu analizler doğrultusunda yapılan açıklamalar aşağıda yer almaktadır.

H-1c: Gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri Türkiye’de yaşayan insanların ikamet ettiği ile göre farklılık göstermektedir.

Hipotez H-1c’yi test etmek amacıyla katılımcıların yaşadığı bölgeler ile gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri toplam puanına ANOVA uygulanmıştır. ANOVA ile elde edilen standart sapma, standart hata ve ortalama puanlar değerlerinden oluşan betimleyici istatistikler Tablo-26’da gösterilmektedir.

Tablo-26: Bölgelere Göre Katılım Eğilimlerine İlişkin Betimsel İstatistikler

Bölgeler	N	Ortalama	Std. Sapma	Std. Hata	%95 Güven Aralığında	
					Alt Sınır	Üst Sınır
İstanbul	131	18.8321	4.47584	.39106	18.0584	19.6057
Marmara	152	17.4211	4.00914	.32518	16.7786	18.0636
Ege	142	18.9014	4.61621	.38738	18.1356	19.6672
Akdeniz	140	19.8286	3.42009	.28905	19.2571	20.4001
İç Anadolu	414	18.1836	4.62545	.22733	17.7367	18.6304
Karadeniz	147	19.0272	4.25062	.35059	18.3343	19.7201
Doğu ve Güneydoğu Anadolu	100	17.3700	5.19256	.51926	16.3397	18.4003
Toplam	1226	18.4641	4.46985	.12766	18.2137	18.7146

Tablo-26 incelendiğinde 414 katılımcının İç Anadolu bölgesinde yaşadığı diğer bölgelerde ise neredeyse birbirine yakın sayıda katılımcının bulunduğu görülmektedir. Ayrıca katılımcıların yaşadığı bölgeye göre ortalama puanlar açısından farklılaştığı görülmektedir. Bu farklılıkların istatistiksel açıdan anlamlı olup olmadığını incelemek için ANOVA sonuçları $p < 0,05$ anlamlılık düzeyinde, katılımcıların yaşadığı bölgeye göre farklılık gösterip göstermediği şeklinde bahsedilecektir.

Tablo-27: Bölgelere Göre Katılım Eğilimlerine İlişkin Varyans Analizi

Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ortalaması	F	P
Gruplar Arası	669.808	6	111.635	5.717	.000
Gruplar İçi	23805.113	1219	19.528		
Toplam	24474.921	1225			

Tablo-27 incelendiğinde katılımcıların yaşadığı bölgeye göre gönüllü turizme katılım eğilimlerinin; $F_{(6,1219)}=5,717$; $p=0,000 < 0,05$ değeri açısından istatistiki olarak farklılaştığı görülmektedir. Bu farklılıkların hangi bölgeler arasında olduğunu öğrenmek amacı ile çoklu karşılaştırma tablolarına bakılması gerekmektedir. Çoklu karşılaştırmalar testlerini yapabilmek için öncelikle bölgeler değişkeninin katılım eğilimlerine göre homojen olup olmadığına bakmak gerekmektedir. Bu doğrultuda homojenlik testi yapılmış ve sonuçları Tablo-28’de sunulmuştur.

Tablo-28: Bölgelere Göre Katılım Eğilimlerine İlişkin Varyansların Homojenliği

Değişken	Levene testi	Sd1	Sd2	P
Bölgeler	5.344	6	1219	.000

Homojenlik testi sonuçlarına göre; $p=0,000<0,05$ değeri homojen olmadığını göstermektedir (Field, 2005: 676). Katılımcıların yaşadığı bölgeye göre gönüllü turizme yönelik katılım eğilimlerinin homojen olarak farklılaşmadığı görülmektedir. Bu yüzden Hipotez-1c, çoklu karşılaştırmalar tablosunda Tamhane T2 testi ile değerlendirilmiştir.

Tablo-29: Bölgelere Göre Katılım Eğilimi Düzeyleri Çoklu Karşılaştırma Sonuçları

Bölge (I)	Bölgeler (J)	Ortalama Fark (I-J)	Std. Hata	P	%95 Güven Aralığında	
					Alt Sınır	Alt Sınır
İstanbul	Marmara	1.41101	.50860	.117	-.1454	2.9675
	Ege	-.06935	.55045	1.000	-1.7535	1.6148
	Akdeniz	-.99651	.48629	.590	-2.4859	.4929
	İç Anadolu	.64849	.45233	.969	-.7381	2.0351
	Karadeniz	-.19515	.52520	1.000	-1.8021	1.4118
	Doğu ve Güneydoğu Anadolu	1.46206	.65004	.420	-.5340	3.4582
	Anadolu					
Marmara	İstanbul	-1.41101	.50860	.117	-2.9675	.1454
	Ege	-1.48036	.50578	.075	-3.0273	.0666
	Akdeniz	-2.40752*	.43508	.000	-3.7379	-1.0772
	İç Anadolu	-.76252	.39677	.699	-1.9750	.4500
	Karadeniz	-1.60616*	.47818	.018	-3.0680	-.1443
	Doğu ve Güneydoğu Anadolu	.05105	.61268	1.000	-1.8333	1.9354
	Anadolu					
Ege	İstanbul	.06935	.55045	1.000	-1.6148	1.7535
	Marmara	1.48036	.50578	.075	-.0666	3.0273
	Akdeniz	-.92716	.48334	.703	-2.4065	.5522
	İç Anadolu	.71783	.44916	.916	-.6577	2.0934
	Karadeniz	-.12580	.52247	1.000	-1.7236	1.4720
	Doğu ve Güneydoğu Anadolu	1.53141	.64784	.332	-.4577	3.5205
	Anadolu					
Akdeniz	İstanbul	.99651	.48629	.590	-.4929	2.4859
	Marmara	2.40752*	.43508	.000	1.0772	3.7379
	Ege	.92716	.48334	.703	-.5522	2.4065
	İç Anadolu	1.64500*	.36773	.000	.5216	2.7684

	Karadeniz	.80136	.45438	.822	-.5885	2.1912
	Doğu ve Güneydoğu Anadolu	2.45857*	.59429	.001	.6282	4.2890
İç Anadolu	İstanbul	-.64849	.45233	.969	-2.0351	.7381
	Marmara	.76252	.39677	.699	-.4500	1.9750
	Ege	-.71783	.44916	.916	-2.0934	.6577
	Akdeniz	-1.64500*	.36773	.000	-2.7684	-.5216
	Karadeniz	-.84364	.41784	.615	-2.1217	.4344
	Doğu ve Güneydoğu Anadolu	.81357	.56684	.970	-.9363	2.5634
Karadeniz	İstanbul	.19515	.52520	1.000	-1.4118	1.8021
	Marmara	1.60616*	.47818	.018	.1443	3.0680
	Ege	.12580	.52247	1.000	-1.4720	1.7236
	Akdeniz	-.80136	.45438	.822	-2.1912	.5885
	İç Anadolu	.84364	.41784	.615	-.4344	2.1217
	Doğu ve Güneydoğu Anadolu	1.65721	.62653	.171	-.2683	3.5827
Doğu ve Güneydoğu Anadolu	İstanbul	-1.46206	.65004	.420	-3.4582	.5340
	Marmara	-.05105	.61268	1.000	-1.9354	1.8333
	Ege	-1.53141	.64784	.332	-3.5205	.4577
	Akdeniz	-2.45857*	.59429	.001	-4.2890	-.6282
	İç Anadolu	-.81357	.56684	.970	-2.5634	.9363
	Karadeniz	-1.65721	.62653	.171	-3.5827	.2683

Tablo-29'a bakıldığı zaman Akdeniz bölgesinde yaşayanların İç Anadolu, Marmara ve Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinde yaşayanlara göre gönüllü turizme yönelik katılım eğilimlerinin daha yüksek olduğu gözlemlenmektedir. Ege ve İstanbul bölgelerinde yaşayanların ise diğer bölgelerde yaşayanlarla katılım eğilimleri açısından farklılaşmadığı görülmektedir. Marmara bölgesinde yaşayanların ise Akdeniz ve Karadeniz bölgelerinde yaşayanlara nazaran daha az katılım eğilimi göstermektedir. Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgesinde yaşayanlar Akdeniz bölgesinde yaşayanlara göre daha az katılım eğilimi gösterse de, diğer bölgelerde yaşayanlar ile farklılaşmamaktadır.

Yukarıda verilen bilgilerle birlikte Hipotez H-1c KABUL edilmiştir. Sonuç olarak katılımcıların yaşadığı bölgeye göre gönüllü turizme yönelik katılım eğilimlerinin farklılaştığı bilgisine ulaşılmıştır.

4.2.4. Medeni Duruma Göre Gönüllü Turizme Yönelik Katılım Eğilimlerinin Değerlendirilmesi

Gönüllü turizme yönelik katılım eğilimlerinin, katılımcıların medeni durumlarına göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan analizler ve bu analizler doğrultusunda yapılan açıklamalar aşağıda yer almaktadır.

H-1d: Gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri Türkiye’de yaşayan insanların medeni durumlarına göre farklılık göstermektedir.

Yukarıdaki hipotezi test etmek için medeni durum değişkeni ile gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri toplam puanına t-Testi uygulanmıştır. Medeni duruma göre gönüllü turizme yönelik katılım eğilimlerine ilişkin standart sapma, standart hata ve ortalama puanlar değerlerinden oluşan betimleyici istatistikler Tablo-30’da sunulmaktadır.

Tablo-30: Medeni Duruma Göre Katılım Eğilimlerine İlişkin Betimsel İstatistikler

Değişken	Medeni Durum	N	Ortalama	Standart Sapma	Standart Hata
Katılım Eğilimi	Evli	622	18.3987	4.74556	.19028
	Bekâr	604	18.5315	4.16978	.16967

Tablo-30’daki verilere göre evlilerin sayısı 622 ve bekârların sayısı 604 olarak görülmektedir. Gönüllü turizme yönelik katılım eğilimlerinin ortalama puanlar açısından medeni duruma göre çok farklılaşmadığı görülmektedir. İstatistiki olarak anlamlı olup olmadığını öğrenmek amacıyla yapılan t-Testi sonuçları Tablo-31’de sunulmaktadır.

Tablo-31: Medeni Duruma Göre Katılım Eğilimlerine İlişkin t-Testi

Levene’s Testi		t-Testi						
F	P	t	Sd	P	Ort. Fark	Std. Hata Farkı	%95 Güven Aralığı	
9.153	.003	-.520	1224	.603	-.13274	.25542	Alt Sınır	Üst Sınır
		-.521	1212.009	.603	-.13274	.25494	Alt Sınır	Üst Sınır

Tablo-31 incelendiğinde Levene’s testi sonuçları; $F_{(2,1223)}=9,153$; $p=0,003<0,05$ değeri anlamlı ancak standart sapmalar eşit olmadığından dolayı ikinci satır

incelenmelidir. Bu durumda t-Testi sonuçlarına göre ortalama farklar aynı olmak üzere $\bar{X}=-0,13274$; $t_{(1224)}=-0,521$; $p=0,603>0,05$ olduğu için katılım eğilimlerinin, medeni duruma göre istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde farklılaşmadığı görülmektedir ve Hipotez-1d RET edilmiştir. H-1d Hipotezi değerlendirmesi: Katılımcıların medeni durumlarına göre gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri farklılık göstermemektedir.

4.2.5. Çocuk Sahibi Olma Durumuna Göre Gönüllü Turizme Yönelik Katılım Eğilimlerinin Değerlendirilmesi

Gönüllü turizme yönelik katılım eğilimlerinin, katılımcıların çocuk sahibi olma durumuna göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan analizler ve bu analizler doğrultusunda yapılan açıklamalar aşağıda yer almaktadır.

H-1e: Gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri Türkiye’de yaşayan insanların çocuk sahibi olma durumlarına göre farklılık göstermektedir.

Yukarıdaki hipotezi test etmek için çocuk sahibi olma değişkeni ile gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri toplam puanına t-Testi uygulanmıştır. Çocuk sahibi olma durumuna göre gönüllü turizme yönelik katılım eğilimlerine ilişkin standart sapma, standart hata ve ortalama puanlar değerlerinden oluşan betimleyici istatistikler Tablo-32’de sunulmaktadır.

Tablo-32: Çocuk Sahibi Olma Durumuna Göre Katılım Eğilimlerine İlişkin Betimsel İstatistikler

Değişken	Çocuk Sahibi Olma	N	Ortalama	Standart Sapma	Standart Hata
Katılım Eğilimi	Yok	648	18.8318	4.29382	.16868
	Var	578	18.0519	4.62838	.19252

Tablo-32’deki verilere göre çocuk sahibi olanların sayısı 648 ve çocuk sahibi olmayanların sayısı 578 olarak görülmektedir. Gönüllü turizme yönelik katılım eğilimlerinin ortalama puanlar açısından çocuk sahibi olma durumuna göre çok farklılaşmadığı görülmektedir. İstatistiki olarak anlamlı olup olmadığını öğrenmek amacıyla yapılan t-Testi sonuçları Tablo-33’te sunulmaktadır.

Tablo-33: Çocuk Sahibi Olma Durumuna Göre Katılım Eğilimlerine İlişkin t-Testi

Levene's Testi		t-Testi						
F	P	t	Sd	P	Ort. Fark	Std. Hata Farkı	%95 Güven Aralığı	
1.964	.161	3.060	1224	.002	.77989	.25486	.27987	1.27991
		3.047	1181.819	.002	.77989	.25596	.27771	1.28207

Tablo-33 incelendiğinde Levene's testi sonuçları; $F_{(2,1223)}=1,964$; $p=0,161>0,05$ olduğu için t-Testi ilk satırı incelenmelidir. Bu durumda t-Testi sonuçlarına göre ortalama farklar aynı olmak üzere $\bar{X}=0,77989$; $t_{(1224)}=3,060$; $p=0,002<0,05$ olduğu için katılım eğilimlerinin, çocuk sahibi olma durumuna göre istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde farklılaştığı görülmektedir ve Hipotez-1e KABUL edilmiştir. H-1e Hipotezi değerlendirmesi: Katılımcıların çocuk sahibi olma durumlarına göre gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri farklılık göstermektedir.

4.2.6. Çalışma Durumuna Göre Gönüllü Turizme Yönelik Katılım Eğilimlerinin Değerlendirilmesi

Gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri, katılımcıların çalışma durumlarına göre farklılık gösterip göstermediğini ölçmek amacıyla yapılan analizler ve bu analizler doğrultusunda yapılan açıklamalar aşağıda yer almaktadır.

H-1f: Gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri Türkiye'de yaşayan insanların çalışma durumlarına göre farklılık göstermektedir.

Hipotez H-1f'yi test etmek amacıyla katılımcıların çalışma durumları ile gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri toplam puanına ANOVA uygulanmıştır. ANOVA ile elde edilen standart sapma, standart hata ve ortalama puanlar değerlerinden oluşan betimleyici istatistikler Tablo-34'te gösterilmektedir.

Tablo-34: Çalışma Durumuna Göre Katılım Eğilimlerine İlişkin Betimsel İstatistikler

Değişken	Çalışma Durumu	N	Ortalama	Std. Sapma	Std. Hata	%95 Güven Aralığında	
						Alt Sınır	Üst Sınır
Gönüllü	Kamu Çalışanı	388	18.9021	4.37584	.22215	18.4653	19.3388
Turizm	Özel Sektör Çalışanı	466	17.9592	4.62955	.21446	17.5378	18.3807
Katılım	Diğer	372	18.6398	4.31062	.22350	18.2003	19.0793
Eğilimi	Toplam	1226	18.4641	4.46985	.12766	18.2137	18.7146

Tablo-34 incelendiğinde 466 katılımcının özel sektörde ve 388 katılımcının kamuda çalıştığı görülmektedir. Ayrıca katılımcıların çalışma durumuna göre ortalama puanlar açısından çok farklılaşmadığı görülmektedir. İstatistiksel açıdan anlamlı olup olmadığını incelemek için ANOVA sonuçları $p < 0,05$ anlamlılık düzeyinde, katılımcıların çalışma durumuna göre farklılık gösterip göstermediği şeklinde bahsedilecektir.

Tablo-35: Çalışma Durumuna Göre Katılım Eğilimlerine İlişkin Varyans Analizi

Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ortalaması	F	P
Gruplar Arası	204.686	2	102.343	5.157	.006
Gruplar İçi	24270.235	1223	19.845		
Toplam	24474.921	1225			

Tablo-35 incelendiğinde katılımcıların çalışma durumuna göre gönüllü turizme yönelik katılım eğilimlerinin; $F_{(2,1223)}=5,717$; $p=0,006 < 0,05$ değeri açısından istatistiki olarak farklılaştığı görülmektedir. Bu farklılıkların hangi gruplar arasında olduğunu öğrenmek amacı ile çoklu karşılaştırma tablolarına bakılması gerekmektedir. Çoklu karşılaştırmalar testlerini yapabilmek için öncelikle çalışma durumu değişkeninin katılım eğilimlerine göre homojen olup olmadığına bakmak gerekmektedir. Bu doğrultuda homojenlik testi yapılmış ve sonuçları Tablo-36’da sunulmuştur.

Tablo-36: Çalışma Durumuna Göre Katılım Eğilimlerine İlişkin Varyansların Homojenliği

Değişken	Levene testi	Sd1	Sd2	P
Çalışma Durumu	1.546	2	1223	.214

Homojenlik testi sonuçlarına göre; $p=0,214>0,05$ değeri homojen olduğunu göstermektedir. Bu durum, katılımcıların çalışma durumuna göre gönüllü turizme yönelik katılım eğilimlerinin homojen olarak farklılaştığını göstermektedir. Bu yüzden Hipotez-1f çoklu karşılaştırmalar tablosunda Tukey HSD testi ile değerlendirilmiştir.

Tablo-37: Çalışma Durumuna Göre Katılım Eğilimi Düzeyleri Çoklu Karşılaştırma Sonuçları

Çalışma Durumu	Çalışma Durumları	Ortalama Fark (I-J)	Std. Hata	P	%95 Güven Aralığında	
					Alt Sınır	Alt Sınır
Kamu Çalışanı	Özel Sektör Çalışanı	.94283*	.30616	.006	.2244	1.6613
	Diğer	.26228	.32325	.696	-.4963	1.0208
Özel Sektör Çalışanı	Kamu Çalışanı	-.94283*	.30616	.006	-1.6613	-.2244
	Diğer	-.68056	.30973	.072	-1.4074	.0462
Diğer	Kamu Çalışanı	-.26228	.32325	.696	-1.0208	.4963
	Özel Sektör Çalışanı	.68056	.30973	.072	-.0462	1.4074

Tablo-37'ye bakıldığı zaman katılımcılardan kamuda çalışanların özel sektörde çalışanlara göre gönüllü turizme yönelik katılım eğilimlerinin daha yüksek olduğu gözlemlenmektedir. Diğer grubunda yer alan ev hanımı, işsiz, emekli ve öğrencilerin ise çalışanlara göre katılım eğilimleri açısından farklılaşmadığı görülmektedir.

Yukarıda verilen bilgilerle birlikte Hipotez H-1f KABUL edilmiştir. Sonuç olarak katılımcıların çalışma durumuna göre gönüllü turizme yönelik katılım eğilimlerinin farklılaştığı bilgisine ulaşılmıştır.

4.2.7. Eğitim Düzeylerine Göre Gönüllü Turizme Yönelik Katılım Eğilimlerinin Değerlendirilmesi

Gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri, katılımcıların eğitim düzeylerine göre farklılık gösterip göstermediğini ölçmek amacıyla yapılan analizler ve bu analizler doğrultusunda yapılan açıklamalar aşağıda yer almaktadır.

H-1g: Gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri Türkiye'de yaşayan insanların eğitim düzeylerine göre farklılık göstermektedir.

Hipotez H-1g'yi test etmek amacıyla katılımcıların eğitim düzeyleri ile gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri toplam puanına ANOVA uygulanmıştır. ANOVA ile elde edilen standart sapma, standart hata ve ortalama puanlar değerlerinden oluşan betimleyici istatistikler Tablo-38'de gösterilmektedir.

Tablo-38: Eğitim Düzeylerine Göre Katılım Eğilimlerine İlişkin Betimsel İstatistikler

Değişken	Eğitim Düzeyi	N	Ortalama	Std.	Std.	%95 Güven Aralığında	
				Sapma	Hata	Alt Sınır	Üst Sınır
Gönüllü	İlkokul	105	17.9429	4.19209	.40911	17.1316	18.7541
Turizm	Ortaokul	101	17.2475	4.86499	.48408	16.2871	18.2079
Katılım	Lise	276	18.4457	4.54960	.27385	17.9065	18.9848
Eğilimi	Önlisans	197	18.9543	4.46334	.31800	18.3272	19.5815
	Lisans	450	18.5178	4.36078	.20557	18.1138	18.9218
	Lisansüstü	97	19.1031	4.42409	.44920	18.2114	19.9947
	Toplam	1226	18.4641	4.46985	.12766	18.2137	18.7146

Tablo-37 incelendiğinde 450 katılımcının lisans, 276 katılımcının lise ve 97 katılımcının lisansüstü mezunu olduğu görülmektedir. Ayrıca katılımcıların eğitim düzeylerine göre ortalama puanlar açısından farklılaştığı görülmektedir. Bu farklılıkların istatistiksel açıdan anlamlı olup olmadığını incelemek için ANOVA sonuçları $p < 0,05$ anlamlılık düzeyinde, katılımcıların eğitim düzeylerine göre farklılık gösterip göstermediği şeklinde bahsedilecektir.

Tablo-39: Eğitim Düzeylerine Göre Katılım Eğilimlerine İlişkin Varyans Analizi

Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ortalaması	F	P
Gruplar Arası	266.351	5	53.270	2.685	.020
Gruplar İçi	24208.569	1220	19.843		
Toplam	24474.921	1225			

Tablo-39 incelendiğinde katılımcıların eğitim düzeylerine göre gönüllü turizme katılım eğilimlerinin; $F_{(5,1220)}=2,685$; $p=0,020 < 0,05$, değeri açısından istatistiki olarak farklılaştığı görülmektedir. Bu farklılıkların hangi gruplar arasında olduğunu öğrenmek amacı ile çoklu karşılaştırma tablolarına bakılması gerekmektedir. Çoklu karşılaştırmalar testlerini yapabilmek için öncelikle eğitim düzeyi değişkeninin

katılım eğilimlerine göre homojen olup olmadığına bakmak gerekmektedir. Bu doğrultuda homojenlik testi yapılmış ve sonuçları Tablo-40’da sunulmuştur.

Tablo-40: Eğitim Düzeylerine Göre Katılım Eğilimlerine İlişkin Varyansların Homojenliği

Değişken	Levene testi	Sd1	Sd2	P
Eğitim Düzeyi	.661	5	1220	.653

Homojenlik testi sonuçlarına göre; $p=0,653>0,05$ değeri homojen olduğunu göstermektedir. Bu durum, katılımcıların eğitim düzeyine göre gönüllü turizme yönelik katılım eğilimlerinin homojen olarak farklılaştığını göstermektedir. Bu yüzden Hipotez-1g çoklu karşılaştırmalar tablosunda Tukey HSD testi ile değerlendirilmiştir.

Tablo-41: Eğitim Düzeylerine Göre Katılım Eğilimine İlişkin Çoklu Karşılaştırma Sonuçları

Eğitim Düzeyi	Eğitim düzeyi	Ortalama		P	%95 Güven Aralığında	
		Fark (I-J)	Std. Hata		Alt Sınır	Alt Sınır
İlkokul	Ortaokul	.69533	.62084	.873	-1.0767	2.4674
	Lise	-.50280	.51076	.923	-1.9606	.9550
	Önlisans	-1.01146	.53825	.416	-2.5477	.5248
	Lisans	-.57492	.48278	.841	-1.9529	.8031
	Lisansüstü	-1.16024	.62734	.434	-2.9508	.6303
Ortaokul	İlkokul	-.69533	.62084	.873	-2.4674	1.0767
	Lise	-1.19813	.51804	.190	-2.6767	.2805
	Önlisans	-1.70679*	.54515	.022	-3.2628	-.1508
	Lisans	-1.27025	.49047	.100	-2.6702	.1297
	Lisansüstü	-1.85557*	.63327	.040	-3.6631	-.0481
Lise	İlkokul	.50280	.51076	.923	-.9550	1.9606
	Ortaokul	1.19813	.51804	.190	-.2805	2.6767
	Önlisans	-.50866	.41548	.825	-1.6945	.6772
	Lisans	-.07213	.34057	1.000	-1.0442	.9000
	Lisansüstü	-.65744	.52580	.812	-2.1582	.8433
Önlisans	İlkokul	1.01146	.53825	.416	-.5248	2.5477
	Ortaokul	1.70679*	.54515	.022	.1508	3.2628
	Lise	.50866	.41548	.825	-.6772	1.6945
	Lisans	.43654	.38055	.861	-.6497	1.5227
	Lisansüstü	-.14878	.55253	1.000	-1.7258	1.4283

Lisans	İlkokul	.57492	.48278	.841	-.8031	1.9529
	Ortaokul	1.27025	.49047	.100	-.1297	2.6702
	Lise	.07213	.34057	1.000	-.9000	1.0442
	Önlisans	-.43654	.38055	.861	-1.5227	.6497
	Lisansüstü	-.58532	.49866	.849	-2.0086	.8380
Lisansüstü	İlkokul	1.16024	.62734	.434	-.6303	2.9508
	Ortaokul	1.85557*	.63327	.040	.0481	3.6631
	Lise	.65744	.52580	.812	-.8433	2.1582
	Önlisans	.14878	.55253	1.000	-1.4283	1.7258
	Lisans	.58532	.49866	.849	-.8380	2.0086

Tablo-41'e bakıldığı zaman katılımcılardan sadece ortaokul mezunu olanların önlisans ve lisansüstü mezunlara göre gönüllü turizme yönelik katılım eğilimlerinin daha düşük olduğu gözlemlenmektedir. Diğer eğitim düzeyi gruplarının katılım eğilimleri açısından farklılaşmadığı görülmektedir.

Yukarıda verilen bilgilerle birlikte Hipotez H-1g KABUL edilmiştir. Sonuç olarak katılımcıların eğitim düzeyine göre gönüllü turizme yönelik katılım eğilimlerinin farklılaştığı söylenebilir.

4.2.8. Gelirlerine Göre Gönüllü Turizme Yönelik Katılım Eğilimlerinin Değerlendirilmesi

Gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri ile katılımcıların gelirleri arasında ilişki olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan analizler ve bu analizler doğrultusunda yapılan açıklamalar aşağıda yer almaktadır.

H-1h: Türkiye'de yaşayan insanların gelirleri ile gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki vardır.

Yukarıdaki hipotezi test etmek için gelir değişkeni ile gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri değişkenlerinin toplam puanlarına Pearson Korelasyonu analizi yapılmıştır.

Tablo-42: Gelir ile Katılım Eğilimlerine İlişkin Korelasyon Analizi

Değişken	N	P	Pearson Korelasyonu
Gelir	1226	.031	.061**

Tablo-42 incelendiğinde gelir ile gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri arasındaki ilişki $p=0.031<0.05$ anlamlı olmakla beraber $r= 0,061$ değeri ile istatistiki olarak çok düşük düzeyde ilişki olduğu görülmektedir. Hipotez H-1h KABUL edilmiştir. Hipotezin değerlendirilmesi: Katılımcıların gelirleri arttıkça gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri artmaktadır.

4.2.9. Demografik Değişkenler İle Katılım Eğilimleri Arasındaki İlişkileri Değerlendirmeye Yönelik Bulguların Özeti

Gönüllü turizme yönelik katılım eğilimlerinin, demografik değişkenlerle ilişkilerini belirlemeye yönelik araştırmanın 1. sorusuna ait hipotezlerin test edilmesinde, t-Testi, tek yönlü varyans (ANOVA), Pearson Korelasyon analizlerinden yararlanılmıştır.

Elde edilen bulgular çerçevesinde, hipotez testlerinin sonuçları Tablo-43'te sunulmaktadır.

Tablo-43: Demografik Değişkenler ile Katılım Eğilimleri Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik Hipotez Testlerinin Sonuçları

Hipotezler	Uygulanan Test	Sonuç
Hipotez-1a Gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri Türkiye’de yaşayan insanların cinsiyetlerine göre farklılık göstermektedir.	t-Testi	KABUL
Hipotez-1b Türkiye’de yaşayan insanların yaşları ile gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki vardır.	Pearson Korelasyon Analizi	KABUL
Hipotez-1c Gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri Türkiye’de yaşayan insanların ikamet ettiği bölgelere göre farklılık göstermektedir.	ANOVA, Tamhane T2 testleri	KABUL
Hipotez-1d Gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri Türkiye’de yaşayan insanların medeni durumu göre farklılık göstermektedir.	t-Testi	RET
Hipotez-1e Gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri Türkiye’de yaşayan insanların çocuk sahibi olmalarına göre farklılık göstermektedir.	t-Testi	KABUL
Hipotez-1f Gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri Türkiye’de yaşayan insanların çalışma durumlarına göre farklılık göstermektedir.	ANOVA, Tukey HSD testleri	KABUL
Hipotez-1g Gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri Türkiye’de yaşayan insanların eğitim düzeylerine göre farklılık göstermektedir.	ANOVA, Tukey HSD testleri	KABUL
Hipotez-1h Türkiye’de yaşayan insanların gelirleri ile gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki vardır.	Pearson Korelasyon Analizi	KABUL

Tablo-43’te görüldüğü gibi, medeni duruma göre gönüllü turizme katılım eğilimleri arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık tespit edilememiş ve

Hipotez-1d ret edilmiştir. Gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri ile cinsiyet, yaş, yaşadığı bölge, çocuk sahibi olma, çalışma durumu, eğitim ve gelir düzeylerinden elde edilen ortalama puanlar istatistikî olarak anlamlı bir şekilde farklılaştığı görülmektedir. Bu durumda Hipotez-1a, 1b, 1c, 1e, 1f, 1g ve 1h kabul edilmiştir.

4.3. DEMOGRAFİK DEĞİŞKENLER İLE GÖNÜLLÜ TURİZME YÖNELİK MOTİVASYONLAR ARASINDAKİ İLİŞKİLER

Araştırmanın 2. sorusuna yanıt aramak için gönüllü turizme yönelik motivasyonların, demografik değişkenlere göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için ANOVA, t-Testi ve Pearson Korelasyon analizleri yapılmıştır. Elde edilen bulgular, tablolar halinde açıklanmaktadır.

4.3.1. Cinsiyete Göre Gönüllü Turizme Yönelik Motivasyonların Değerlendirilmesi

Gönüllü turizme yönelik motivasyonların, cinsiyete göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan analizler ve bu analizler doğrultusunda yapılan açıklamalar aşağıda yer almaktadır.

H-2a: Gönüllü turizme yönelik motivasyonları Türkiye’de yaşayan insanların cinsiyetlerine göre farklılık göstermektedir.

Yukarıdaki hipotezi test etmek için cinsiyet değişkeni ile gönüllü turizme yönelik motivasyonların toplam puanına t-Testi uygulanmıştır. Cinsiyete göre gönüllü turizme yönelik motivasyonlarına ilişkin standart sapma, standart hata ve ortalama puanlar değerlerinden oluşan betimleyici istatistikler Tablo-44’te sunulmaktadır.

Tablo-44: Cinsiyete Göre Motivasyonlara İlişkin Betimsel İstatistikler

Değişken	Cinsiyet	N	Ortalama	Standart Sapma	Standart Hata
Motivasyon	Kadın	587	115.0784	13.83067	.57085
	Erkek	639	112.7966	14.22532	.56275

Tablo-44'teki verilere göre erkeklerin sayısı 639 ve kadınların sayısı 587 olarak görülmektedir. Gönüllü turizme yönelik motivasyonların ortalama puanlar açısından cinsiyete göre farklılaştığı görülmektedir. Bu farklılıkların istatistiki olarak öğrenmek amacıyla yapılan t-Testi sonuçları Tablo-45'te sunulmaktadır.

Tablo-45: Cinsiyete Göre Motivasyonlara İlişkin t-Testi

Levene's Testi		t-Testi						
F	P	t	Sd	P	Ort. Fark	Std. Hata Farkı	%95 Güven Aralığı	
							Alt Sınır	Üst Sınır
1.991	.158	2.843	1224	.005	2.28181	.80255	.70728	3.85634
		2.847	1220.058	.004	2.28181	.80160	.70915	3.85447

Tablo-45 incelendiğinde Levene's testi sonuçları; $F_{(2,1223)}=1,991$; $p=0,158>0,05$ olduğu için t-Testi ilk satırı incelenmelidir. Bu durumda T-Testi sonuçlarına göre ortalama farklar aynı olmak üzere $\bar{X}=2,28181$; $t_{(1224)}=2,843$; $p=0,005<0,05$ olduğu için motivasyonların, cinsiyete göre istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde farklılaştığı görülmektedir ve Hipotez-2a KABUL edilmiştir. H-2a Hipotezi değerlendirmesi: Katılımcıların cinsiyete göre gönüllü turizme yönelik motivasyonları istatistiki olarak farklılık göstermektedir.

4.3.2. Yaşa Göre Gönüllü Turizme Yönelik Motivasyonlarının Değerlendirilmesi

Gönüllü turizme yönelik motivasyonları ile katılımcıların yaşları arasında ilişki olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan analizler ve bu analizler doğrultusunda yapılan açıklamalar aşağıda yer almaktadır.

H-2b: Türkiye'de yaşayan insanların yaşları ile gönüllü turizme yönelik motivasyonları arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki vardır.

Yukarıdaki hipotezi test etmek için yaş değişkeni ile gönüllü turizme yönelik motivasyon değişkenlerinin toplam puanlarına Pearson Korelasyonu yapılmıştır.

Tablo-46: Yaş ile Motivasyonlara İlişkin Korelasyon Analizi

Değişken	N	P	Pearson Korelasyonu
Yaş	1226	.000	-.158**

Tablo-46 incelendiğinde yaş ile gönüllü turizme yönelik motivasyonlar arasındaki ilişki $p=0.000<0.05$ anlamlı olmakla beraber $r=-0,158$ ile düşük düzeyde ilişki olduğu görülmektedir. Hipotez H-1b KABUL edilmiştir. Hipotezin değerlendirilmesi: Katılımcıların yaşları arttıkça gönüllü turizme yönelik motivasyonları azalmaktadır.

4.3.3. Bölgelere Göre Gönüllü Turizme Yönelik Motivasyonlarının Değerlendirilmesi

Gönüllü turizme yönelik motivasyonları, katılımcıların yaşadığı bölgelere göre farklılık gösterip göstermediğini ölçmek amacıyla yapılan analizler ve bu analizler doğrultusunda yapılan açıklamalar aşağıda yer almaktadır.

H-2c: Gönüllü turizme yönelik motivasyonları Türkiye’de yaşayan insanların ikamet ettiği ile göre farklılık göstermektedir.

Hipotez H-2c’yi test etmek amacıyla katılımcıların yaşadığı bölgeler ile gönüllü turizme yönelik motivasyonların toplam puanına ANOVA uygulanmıştır. ANOVA ile elde edilen standart sapma, standart hata ve ortalama puanlar değerlerinden oluşan betimleyici istatistikler Tablo-47’de gösterilmektedir.

Tablo-47: Bölgelere Göre Motivasyonlara İlişkin Betimsel İstatistikler

Bölgeler	N	Ortalama	Std. Sapma	Std. Hata	%95 Güven Aralığında	
					Alt Sınır	Üst Sınır
İstanbul	131	113.9008	12.59906	1.10078	111.7230	116.0785
Marmara	152	111.6382	14.87455	1.20649	109.2544	114.0219
Ege	142	112.6690	12.61808	1.05889	110.5757	114.7624
Akdeniz	140	122.3643	9.85960	.83329	120.7167	124.0118
İç Anadolu	414	114.8164	14.60505	.71780	113.4054	116.2274
Karadeniz	147	111.1020	14.80177	1.22083	108.6893	113.5148
Doğu ve Güneydoğu Anadolu	100	107.4200	12.70582	1.27058	104.8989	109.9411
Toplam	1226	113.8891	14.07829	.40207	113.1002	114.6779

Tablo-47’de katılımcıların yaşadığı bölgeye göre ortalama puanlar açısından farklılaştığı görülmektedir. Bu farklılıkların istatistiksel açıdan anlamlı olup olmadığını incelemek için ANOVA sonuçları $p < 0,05$ anlamlılık düzeyinde, katılımcıların yaşadığı bölgeye göre farklılık gösterip göstermediği şeklinde bahsedilecektir.

Tablo-48: Bölgelere Göre Motivasyonlara İlişkin Varyans Analizi

Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ortalaması	F	P
Gruplar Arası	16720.362	6	2786.727	15.026	.000
Gruplar İçi	226072.551	1219	185.457		
Toplam	242792.914	1225			

Tablo-48 incelendiğinde katılımcıların yaşadığı bölgeye göre gönüllü turizme motivasyonlarının; $F_{(6,1219)}=15,026$; $p=0,000 < 0,05$ değeri açısından istatistiki olarak farklılaştığı görülmektedir. Bu farklılıkların hangi bölgeler arasında olduğunu öğrenmek amacı ile çoklu karşılaştırma tablolarına bakılması gerekmektedir. Çoklu karşılaştırmalar testlerini yapabilmek için öncelikle bölgeler değişkeninin motivasyonlara göre homojen olup olmadığına bakmak gerekmektedir. Bu doğrultuda homojenlik testi yapılmış ve sonuçları Tablo-49’da sunulmuştur.

Tablo-49: Bölgelere Göre Motivasyonlara İlişkin Varyansların Homojenliği

Değişken	Levene testi	Sd1	Sd2	P
Bölgeler	5.523	6	1219	.000

Homojenlik testi sonuçlarına göre; $p=0,000 < 0,05$ değeri homojen olmadığını göstermektedir. Katılımcıların yaşadığı bölgeye göre gönüllü turizme yönelik motivasyonlarının homojen olarak farklılaşmadığı görülmektedir. Bu yüzden Hipotez-2c çoklu karşılaştırmalar tablosunda Tamhane T2 testi ile değerlendirilmiştir.

Tablo-50: Bölgelere göre Motivasyon Düzeyleri Çoklu Karşılaştırma Sonuçları

Bölge (I)	Bölgeler (J)	Ortalama Fark (I-J)	Std. Hata	P	%95 Güven Aralığında	
					Alt Sınır	Alt Sınır
İstanbul	Marmara	2.26261	1.63320	.978	-2.7324	7.2576
	Ege	1.23175	1.52740	.000	-3.4416	5.9051
	Akdeniz	-8.46352*	1.38061	.000	-12.6915	-4.2355
	İç Anadolu	-.91566	1.31414	.000	-4.9395	3.1081
	Karadeniz	2.79872	1.64382	.861	-2.2297	7.8272
	Doğu ve Güneydoğu Anadolu	6.48076*	1.68110	.003	1.3240	11.6375
Marmara	İstanbul	-2.26261	1.63320	.978	-7.2576	2.7324
	Ege	-1.03086	1.60526	1.000	-5.9391	3.8774
	Akdeniz	-10.72613*	1.46628	.000	-15.2133	-6.2390
	İç Anadolu	-3.17827	1.40387	.405	-7.4743	1.1178
	Karadeniz	.53612	1.71640	1.000	-4.7108	5.7831
	Doğu ve Güneydoğu Anadolu	4.21816	1.75214	.300	-1.1506	9.5869
Ege	İstanbul	-1.23175	1.52740	1.000	-5.9051	3.4416
	Marmara	1.03086	1.60526	1.000	-3.8774	5.9391
	Akdeniz	-9.69527*	1.34744	.000	-13.8184	-5.5721
	İç Anadolu	-2.14741	1.27925	.875	-6.0600	1.7652
	Karadeniz	1.56697	1.61606	1.000	-3.3754	6.5093
	Doğu ve Güneydoğu Anadolu	5.24901*	1.65397	.036	.1755	10.3225
Akdeniz	İstanbul	8.46352*	1.38061	.000	4.2355	12.6915
	Marmara	10.72613*	1.46628	.000	6.2390	15.2133
	Ege	9.69527*	1.34744	.000	5.5721	13.8184
	İç Anadolu	7.54786*	1.09982	.000	4.1906	10.9051
	Karadeniz	11.26224*	1.47810	.000	6.7374	15.7871
	Doğu ve Güneydoğu Anadolu	14.94429*	1.51946	.000	10.2728	19.6158
İç Anadolu	İstanbul	.91566	1.31414	1.000	-3.1081	4.9395
	Marmara	3.17827	1.40387	.405	-1.1178	7.4743
	Ege	2.14741	1.27925	.875	-1.7652	6.0600
	Akdeniz	-7.54786*	1.09982	.000	-10.9051	-4.1906

	Karadeniz	3.71438	1.41621	.177	-.6213	8.0500
	Doğu ve					
	Güneydoğu	7.39643*	1.45932	.000	2.9057	11.8872
	Anadolu					
Karadeniz	İstanbul	-2.79872	1.64382	.861	-7.8272	2.2297
	Marmara	-.53612	1.71640	1.000	-5.7831	4.7108
	Ege	-1.56697	1.61606	1.000	-6.5093	3.3754
	Akdeniz	-11.26224*	1.47810	.000	-15.7871	-6.7374
	İç Anadolu	-3.71438	1.41621	.177	-8.0500	.6213
	Doğu ve					
	Güneydoğu	3.68204	1.76205	.554	-1.7175	9.0815
	Anadolu					
Doğu ve	İstanbul	-6.48076*	1.68110	.003	-11.6375	-1.3240
Güneydoğu	Marmara	-4.21816	1.75214	.300	-9.5869	1.1506
Anadolu	Ege	-5.24901*	1.65397	.036	-10.3225	-.1755
	Akdeniz	-14.94429*	1.51946	.000	-19.6158	-10.2728
	İç Anadolu	-7.39643*	1.45932	.000	-11.8872	-2.9057
	Karadeniz	-3.68204	1.76205	.554	-9.0815	1.7175

Tablo-50'ye bakıldığı zaman Akdeniz bölgesinde yaşayanların diğer bütün bölgelerde yaşayanlara göre gönüllü turizme yönelik motivasyonlarının daha yüksek olduğu gözlemlenmektedir. Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgesinde yaşayanların Marmara ve Karadeniz bölgeleri hariç diğer bölgelerde yaşayanlara göre gönüllü turizme yönelik motivasyonlarının daha düşük olduğu gözlemlenmektedir. Akdeniz ve Doğu ve Güneydoğu bölgeleri hariç diğer bölgelerde yaşayanlar kendi aralarında gönüllü turizme yönelik motivasyonlar açısından farklılık oluşturmamaktadır.

Yukarıda verilen bilgilerle birlikte Hipotez H-2c KABUL edilmiştir. Sonuç olarak katılımcıların yaşadığı bölgeye göre gönüllü turizme yönelik motivasyonlarının farklılaştığı bilgisine ulaşılmıştır.

4.3.4. Medeni Duruma Göre Gönüllü Turizme Yönelik Motivasyonların Değerlendirilmesi

Gönüllü turizme yönelik motivasyonların, katılımcıların medeni durumuna göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan analizler ve bu analizler doğrultusunda yapılan açıklamalar sunulmaktadır.

H-2d: Gönüllü turizme yönelik motivasyonları Türkiye’de yaşayan insanların medeni durumlarına göre farklılık göstermektedir.

Yukarıdaki hipotezi test etmek için medeni durum değişkeni ile gönüllü turizme yönelik motivasyonları toplam puanına t-Testi uygulanmıştır. Medeni duruma göre gönüllü turizme yönelik motivasyonlarına ilişkin standart sapma, standart hata ve ortalama puanlar değerlerinden oluşan betimleyici istatistikler Tablo-51’de sunulmaktadır.

Tablo-51: Medeni Duruma Göre Motivasyonlara İlişkin Betimsel İstatistikler

Değişken	Medeni Durum	N	Ortalama	Standart Sapma	Standart Hata
Motivasyon	Evli	622	112.7830	13.85058	.55536
	Bekâr	604	115.0281	14.23078	.57904

Tablo-51’deki verilere göre gönüllü turizme yönelik motivasyonların ortalama puanlar açısından medeni duruma göre farklılaştığı görülmektedir. Bu farklılıkların istatistiki olarak olup olmadığını öğrenmek amacıyla yapılan t-Testi sonuçları Tablo-52’de sunulmaktadır.

Tablo-52: Medeni Duruma Göre Motivasyonlara İlişkin t-Testi

Levene’s Testi		t-Testi						
F	P	t	Sd	P	Ort. Fark	Std. Hata Farkı	%95 Güven Aralığı	
.288	.592	-2.799	1224	.005	-2.24519	.80200	Alt Sınır	Üst Sınır
		-2.798	1220.112	.005	-2.24519	.80232	-3.81863	-.67175
							-3.81926	-.67111

Tablo-52 incelendiğinde Levene’s testi sonuçları; $F_{(2,1223)}=0,288$; $p=0,592>0,05$ olduğu için t-Testi ilk satırı incelenmelidir. Bu durumda t-Testi sonuçlarına göre ortalama farklar aynı olmak üzere $\bar{X}=-2,24519$; $t_{(1224)}=-2,799$; $p=0,005<0,05$ olduğu için motivasyonların, medeni durumuna göre istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde farklılaştığı görülmektedir ve Hipotez-2d KABUL edilmiştir. H-2d Hipotezi değerlendirmesi: Evlilerin bekârlara göre daha yüksek gönüllü turizme yönelik motivasyonlarının olduğu görülmektedir.

4.3.5. Çocuk Sahibi Olma Durumuna Göre Gönüllü Turizme Yönelik Motivasyonların Değerlendirilmesi

Gönüllü turizme yönelik motivasyonların, katılımcıların çocuk sahibi olma durumuna göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan analizler ve bu analizler doğrultusunda yapılan açıklamalar aşağıda yer almaktadır.

H-2e: Gönüllü turizme yönelik motivasyonları Türkiye’de yaşayan insanların çocuk sahibi olma durumlarına göre farklılık göstermektedir.

Yukarıdaki hipotezi test etmek için çocuk sahibi olma değişkeni ile gönüllü turizme yönelik motivasyonların toplam puanına t-Testi uygulanmıştır. Çocuk sahibi olma durumuna göre gönüllü turizme yönelik motivasyonlarına ilişkin standart sapma, standart hata ve ortalama puanlar değerlerinden oluşan betimleyici istatistikler Tablo-53’te sunulmaktadır.

Tablo-53: Çocuk Sahibi Olma Durumuna Göre Motivasyonlara İlişkin Betimsel İstatistikler

Değişken	Çocuk Sahibi Olma	N	Ortalama	Standart Sapma	Standart Hata
Motivasyon	Yok	648	115.4136	13.77581	.54117
	Var	578	112.1799	14.22859	.59183

Tablo-53’teki verilere göre gönüllü turizme yönelik motivasyonların ortalama puanlar açısından çocuk sahibi olma duruma göre farklılaştığı görülmektedir. Bu farklılıkların istatistiki olarak anlamlı olup olmadığını öğrenmek amacıyla yapılan t-Testi sonuçları Tablo-54’te sunulmaktadır.

Tablo-54: Çocuk Sahibi Olma Durumuna Göre Motivasyonlara İlişkin t-Testi

Levene’s Testi		t-Testi						
F	P	t	Sd	P	Ort. Fark	Std. Hata Farkı	%95 Güven Aralığı	
							Alt Sınır	Üst Sınır
.312	.576	4.040	1224	.000	3.23365	.80047	1.66320	4.80409
		4.032	1198.217	.000	3.23365	.80195	1.66027	4.80703

Tablo-54 incelendiğinde Levene’s testi sonuçları; $F_{(2,1223)}=0,312$; $p=0,576>0,05$ olduğu için t-Testi ilk satırı incelenmelidir. Bu durumda T-Testi sonuçlarına göre

ortalama farklar aynı olmak üzere $\bar{X}=3,23365$; $t_{(1224)}=4,040$; $p=0,000<0,05$ olduğu için motivasyonların, çocuk sahibi olma durumuna göre istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde farklılaştığı görülmektedir ve Hipotez-2e KABUL edilmiştir. H-1e Hipotezi değerlendirmesi: Katılımcılarından çocuk sahibi olmayanlar çocuk sahibi olanlara göre gönüllü turizme yönelik motivasyonları daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

4.3.6. Çalışma Durumuna Göre Gönüllü Turizme Yönelik Motivasyonların Değerlendirilmesi

Gönüllü turizme yönelik motivasyonların, katılımcıların çalışma durumlarına göre farklılık gösterip göstermediğini ölçmek amacıyla yapılan analizler ve bu analizler doğrultusunda yapılan açıklamalar aşağıda yer almaktadır.

H-2f: Gönüllü turizme yönelik motivasyonları Türkiye’de yaşayan insanların çalışma durumlarına göre farklılık göstermektedir.

Hipotez H-1f’yi test etmek amacıyla katılımcıların çalışma durumları ile gönüllü turizme yönelik motivasyonların toplam puanına ANOVA uygulanmıştır. ANOVA ile elde edilen standart sapma, standart hata ve ortalama puanlar değerlerinden oluşan betimleyici istatistikler Tablo-55’te gösterilmektedir.

Tablo-55: Çalışma Durumuna Göre Motivasyonlara İlişkin Betimsel İstatistikler

Değişken	Çalışma Durumu	N	Ortalama	Std. Sapma	Std. Hata	%95 Güven Aralığında	
						Alt Sınır	Üst Sınır
Motivasyon	Kamu Çalışanı	388	115.4536	13.30619	.67552	114.1255	116.7818
	Özel Sektör Çalışanı	466	112.9571	14.27240	.66116	111.6579	114.2563
	Diğer	372	113.4247	14.51061	.75234	111.9453	114.9041
	Toplam	1226	113.8891	14.07829	.40207	113.1002	114.6779

Tablo-55 incelendiğinde katılımcıların çalışma durumuna göre ortalama puanlar açısından farklılaştığı görülmektedir. Bu farklılıkların istatistiksel açıdan anlamlı olup olmadığını incelemek için ANOVA sonuçları $p<0,05$ anlamlılık düzeyinde, katılımcıların çalışma durumuna göre farklılık gösterip göstermediği şeklinde bahsedilecektir.

Tablo-56: Çalışma Durumuna Göre Motivasyonlara İlişkin Varyans Analizi

Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ortalaması	F	P
Gruplar Arası	1434.714	2	717.357	3.635	.027
Gruplar İçi	241358.199	1223	197.349		
Toplam	242792.914	1225			

Tablo-56 incelendiğinde katılımcıların çalışma durumuna göre gönüllü turizme yönelik motivasyonların; $F_{(2,1223)}=3,635$; $p=0,027<0,05$ değeri açısından istatistiki olarak farklılaştığı görülmektedir. Bu farklılıkların hangi gruplar arasında olduğunu öğrenmek amacı ile çoklu karşılaştırma tablolarına bakılması gerekmektedir. Çoklu karşılaştırmalar testlerini yapabilmek için öncelikle çalışma durumu değişkeninin motivasyonlara göre homojen olup olmadığına bakmak gerekmektedir. Bu doğrultuda homojenlik testi yapılmış ve sonuçları Tablo-57’de sunulmuştur.

Tablo-57: Çalışma Durumuna Göre Motivasyonlara İlişkin Varyansların Homojenliği

Değişken	Levene testi	Sd1	Sd2	P
Çalışma Durumu	2.591	2	1223	.075

Homojenlik testi sonuçlarına göre; $p=0,075>0,05$ değeri homojen olduğunu göstermektedir. Bu durum, katılımcıların çalışma durumuna göre gönüllü turizme yönelik motivasyonların homojen olarak farklılaştığını göstermektedir. Bu yüzden Hipotez-2f çoklu karşılaştırmalar tablosunda Tukey HSD testi ile değerlendirilmiştir.

Tablo-58: Çalışma Durumuna Göre Motivasyon Düzeyleri Çoklu Karşılaştırma Sonuçları

Çalışma Durumu	Çalışma Durumları	Ortalama Fark (I-J)	Std. Hata	P	%95 Güven Aralığında	
					Alt Sınır	Alt Sınır
Kamu Çalışanı	Özel Sektör Çalışanı	2.49653 *	.96547	.027	.2310	4.7621
	Diğer	2.02888	1.01938	.115	-.3632	4.4209
Özel Sektör Çalışanı	Kamu Çalışanı	-2.49653 *	.96547	.027	-4.7621	-.2310
	Diğer	-.46765	.97673	.881	-2.7596	1.8243
Diğer	Kamu Çalışanı	-2.02888	1.01938	.115	-4.4209	.3632
	Özel Sektör Çalışanı	.46765	.97673	.881	-1.8243	2.7596

Tablo-58'e bakıldığı zaman katılımcılardan kamuda çalışanların özel sektörde çalışanlara göre gönüllü turizme yönelik motivasyonlarının daha yüksek olduğu gözlemlenmektedir. Diğer grubunda yer alan ev hanımı, işsiz, emekli ve öğrencilerin ise çalışanlara katılım eğilimleri açısından farklılaşmadığı görülmektedir.

Yukarıda verilen bilgilerle birlikte Hipotez H-2f KABUL edilmiştir. Sonuç olarak katılımcıların çalışma durumuna göre gönüllü turizme yönelik katılım eğilimlerinin farklılaştığı bilgisine ulaşılmıştır.

4.3.7. Eğitim Düzeylerine Göre Gönüllü Turizme Yönelik Motivasyonların Değerlendirilmesi

Gönüllü turizme yönelik motivasyonlarının, katılımcıların eğitim düzeylerine göre farklılık gösterip göstermediğini ölçmek amacıyla yapılan analizler ve bu analizler doğrultusunda yapılan açıklamalar aşağıda yer almaktadır.

H-2g: Gönüllü turizme yönelik motivasyonları Türkiye'de yaşayan insanların eğitim düzeylerine göre farklılık göstermektedir.

Hipotez H-2g'yi test etmek amacıyla katılımcıların eğitim düzeyleri ile gönüllü turizme yönelik motivasyonları toplam puanına ANOVA uygulanmıştır. ANOVA ile elde edilen standart sapma, standart hata ve ortalama puanlar değerlerinden oluşan betimleyici istatistikler Tablo-59'da gösterilmektedir.

Tablo-59: Eğitim Düzeylerine Göre Motivasyonlara İlişkin Betimsel İstatistikler

Değişken	Eğitim Düzeyi	N	Ortalama	Std.	Std.	%95 Güven Aralığında	
				Sapma	Hata	Alt Sınır	Üst Sınır
Motivasyon	İlkokul	105	110.2667	13.88224	1.35477	107.5801	112.9532
	Ortaokul	101	108.7030	14.81117	1.47377	105.7791	111.6269
	Lise	276	113.1159	14.20068	.85478	111.4332	114.7987
	Önlisans	197	116.1168	13.14602	.93662	114.2696	117.9639
	Lisans	450	115.0867	13.83096	.65200	113.8053	116.3680
	Lisansüstü	97	115.3299	14.25564	1.44744	112.4567	118.2030
	Toplam	1226	113.8891	14.07829	.40207	113.1002	114.6779

Tablo-59 incelendiğinde katılımcıların eğitim düzeylerine göre ortalama puanlar açısından farklılaştığı görülmektedir. Bu farklılıkların istatistiksel açıdan

anlamlı olup olmadığını incelemek için ANOVA sonuçları $p < 0,05$ anlamlılık düzeyinde, katılımcıların eğitim düzeylerine göre farklılık gösterip göstermediği şeklinde bahsedilecektir.

Tablo-60: Eğitim Düzeylerine Göre Motivasyonlara İlişkin Varyans Analizi

Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ortalaması	F	P
Gruplar Arası	6083.623	5	1216.725	6.271	.000
Gruplar İçi	236709.290	1220	194.024		
Toplam	242792.914	1225			

Tablo-60 incelendiğinde katılımcıların eğitim düzeylerine göre gönüllü turizme katılım eğilimlerinin; $F_{(5,1220)}=6,271$; $p=0,000 < 0,05$ değeri açısından istatistiki olarak farklılaştığı görülmektedir. Bu farklılıkların hangi gruplar arasında olduğunu öğrenmek amacı ile çoklu karşılaştırma tablolarına bakılması gerekmektedir. Çoklu karşılaştırmalar testlerini yapabilmek için öncelikle eğitim düzeyi değişkeninin motivasyonlara göre homojen olup olmadığına bakmak gerekmektedir. Bu doğrultuda homojenlik testi yapılmış ve sonuçları Tablo-61’de sunulmuştur.

Tablo-61: Eğitim Düzeylerine Göre Motivasyonlara İlişkin Varyansların Homojenliği

Değişken	Levene testi	Sd1	Sd2	P
Eğitim Düzeyi	.873	5	1220	.499

Homojenlik testi sonuçlarına göre; $p=0,499 > 0,05$ değeri homojen olduğunu göstermektedir. Bu durum, katılımcıların eğitim düzeyine göre gönüllü turizme yönelik motivasyonların homojen olarak farklılaşmadığını göstermektedir. Bu yüzden Hipotez-2g çoklu karşılaştırmalar tablosunda Tukey HSD testi ile değerlendirilmiştir.

Tablo-62: Eğitim Düzeylerine göre Motivasyon Düzeyleri Çoklu Karşılaştırma Sonuçları

Eğitim Düzeyi	Eğitim düzeyi	Ortalama		P	%95 Güven Aralığında	
		Fark (I-J)	Std. Hata		Alt Sınır	Alt Sınır
İlkokul	Ortaokul	1.56370	1.94136	.967	-3.9774	7.1048
	Lise	-2.84928	1.59713	.477	-7.4079	1.7093
	Önlisans	-5.85008*	1.68307	.007	-10.6540	-1.0462

	Lisans	-4.82000*	1.50964	.018	-9.1289	-.5111
	Lisansüstü	-5.06323	1.96166	.103	-10.6623	.5358
Ortaokul	İlkokul	-1.56370	1.94136	.967	-7.1048	3.9774
	Lise	-4.41297	1.61988	.071	-9.0365	.2106
	Önlisans	-7.41378*	1.70468	.000	-12.2794	-2.5482
	Lisans	-6.38370*	1.53369	.000	-10.7612	-2.0062
	Lisansüstü	-6.62693*	1.98022	.011	-12.2790	-.9749
Lise	İlkokul	2.84928	1.59713	.477	-1.7093	7.4079
	Ortaokul	4.41297	1.61988	.071	-.2106	9.0365
	Önlisans	-3.00081	1.29918	.191	-6.7090	.7074
	Lisans	-1.97072	1.06496	.434	-5.0104	1.0689
	Lisansüstü	-2.21395	1.64415	.759	-6.9068	2.4789
Önlisans	İlkokul	5.85008*	1.68307	.007	1.0462	10.6540
	Ortaokul	7.41378*	1.70468	.000	2.5482	12.2794
	Lise	3.00081	1.29918	.191	-.7074	6.7090
	Lisans	1.03008	1.18998	.955	-2.3664	4.4266
	Lisansüstü	.78685	1.72776	.998	-4.1446	5.7183
Lisans	İlkokul	4.82000*	1.50964	.018	.5111	9.1289
	Ortaokul	6.38370*	1.53369	.000	2.0062	10.7612
	Lise	1.97072	1.06496	.434	-1.0689	5.0104
	Önlisans	-1.03008	1.18998	.955	-4.4266	2.3664
	Lisansüstü	-.24323	1.55930	1.000	-4.6939	4.2074
Lisansüstü	İlkokul	5.06323	1.96166	.103	-.5358	10.6623
	Ortaokul	6.62693*	1.98022	.011	.9749	12.2790
	Lise	2.21395	1.64415	.759	-2.4789	6.9068
	Önlisans	-.78685	1.72776	.998	-5.7183	4.1446
	Lisans	.24323	1.55930	1.000	-4.2074	4.6939

Tablo-62'ye bakıldığı zaman katılımcılardan ilkokul ve ortaokul mezunu olanların önlisans ve lisans mezunlarına göre gönüllü turizme yönelik motivasyonlarının daha düşük olduğu gözlemlenmektedir. Ayrıca ortaokul mezunları lisansüstü eğitimi alanlara göre de düşük motivasyon göstermektedir. Lise, Önlisans, Lisans ve Lisansüstü mezunlarının kendi aralarında gönüllü turizme yönelik motivasyonlar açısından farklılaşmadığı görülmektedir.

Yukarıda verilen bilgilerle birlikte Hipotez H-2g KABUL edilmiştir. Sonuç olarak katılımcıların eğitim düzeyine göre gönüllü turizme yönelik motivasyonlarının farklılaştığı söylenebilir.

4.3.8. Gelirlerine Göre Gönüllü Turizme Yönelik Motivasyonların Değerlendirilmesi

Gönüllü turizme yönelik motivasyonlar ile katılımcıların gelirleri arasında ilişki olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan analizler ve bu analizler doğrultusunda yapılan açıklamalar aşağıda yer almaktadır.

H-2h: Türkiye’de yaşayan insanların gelirleri ile gönüllü turizme yönelik motivasyonları arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki vardır.

Yukarıdaki hipotezi test etmek için gelir değişkeni ile gönüllü turizme yönelik motivasyon değişkenlerinin toplam puanlarına Pearson Korelasyon analizi yapılmıştır.

Tablo-63: Gelir ile Motivasyonlara İlişkin Korelasyon Analizi

Değişken	N	P	Pearson Korelasyonu
Gelir	1226	0,011	.073**

Tablo-63 incelendiğinde gelir ile gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri arasındaki ilişki $p=0.011<0.05$ anlamlı olmakla beraber $r=0,073$ ile çok düşük düzeyde ilişki olduğu görülmektedir. Hipotez H-2h KABUL edilmiştir. Hipotezin değerlendirilmesi: Katılımcıların gelirleri arttıkça gönüllü turizme yönelik motivasyonları artmaktadır.

4.3.9. Demografik Değişkenler ile Motivasyonlar Arasındaki İlişkileri Değerlendirmeye Yönelik Bulguların Özeti

Gönüllü turizme yönelik motivasyonların, demografik değişkenlerle ilişkilerini belirlemeye yönelik, araştırmanın 2. sorusuna ait hipotezlerin test edilmesinde, t-Testi, tek yönlü varyans (ANOVA), Pearson Korelasyon analizlerinden yararlanılmıştır.

Elde edilen bulgular çerçevesinde, hipotez testlerinin sonuçları Tablo-64’te sunulmaktadır.

Tablo-64: Demografik Değişkenler İle Motivasyonlar Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik Hipotez Testlerinin Sonuçları

Hipotezler		Uygulanan Test	Sonuç
Hipotez-2a	Gönüllü turizme yönelik motivasyonlar Türkiye’de yaşayan insanların cinsiyetlerine göre farklılık göstermektedir.	t-Testi	KABUL
Hipotez-2b	Türkiye’de yaşayan insanların yaşları ile gönüllü turizm yönelik motivasyonları arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki vardır.	Pearson Korelasyon Analizi	KABUL
Hipotez-2c	Gönüllü turizme yönelik motivasyonları Türkiye’de yaşayan insanların ikamet ettiği bölgelere göre farklılık göstermektedir.	ANOVA, Tamhane T2 testleri	KABUL
Hipotez-2d	Gönüllü turizme yönelik motivasyonları Türkiye’de yaşayan insanların medeni durumlarına göre farklılık göstermektedir.	t-Testi	KABUL
Hipotez-2e	Gönüllü turizme yönelik motivasyonları Türkiye’de yaşayan insanların çocuk sahibi olmalarına göre farklılık göstermektedir.	t-Testi	KABUL
Hipotez-2f	Gönüllü turizme yönelik motivasyonları Türkiye’de yaşayan insanların çalışma durumlarına göre farklılık göstermektedir.	ANOVA, Tukey HSD testleri	KABUL
Hipotez-2g	Gönüllü turizme yönelik motivasyonları Türkiye’de yaşayan insanların eğitim düzeylerine göre farklılık göstermektedir.	ANOVA, Tukey HSD testleri	KABUL
Hipotez-2h	Türkiye’de yaşayan insanların gelirleri ile gönüllü turizme yönelik motivasyonları arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki vardır.	Pearson Korelasyon Analizi	KABUL

Tablo-64’te görüldüğü gibi, gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri ile cinsiyet, yaş, yaşadığı bölge, medeni durum, çocuk sahibi olma, çalışma durumu, eğitim ve gelir düzeylerinden elde edilen ortalama puanlar istatistikî olarak anlamlı bir şekilde farklılaştığı görülmektedir. Bu durumda Hipotez-2a, 2b, 2c, 2d, 2e, 2f, 2g ve 2h kabul edilmiştir.

4.4. GÖNÜLLÜ TURİZME YÖNELİK KATILIM EĞİLİMLERİ İLE GÖNÜLLÜ TURİZME YÖNELİK MOTİVASYONLAR ARASINDAKİ İLİŞKİLER

Gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri ile gönüllü turizme yönelik motivasyonlar arasındaki ilişkilerin incelenmesi ile ilgili bu bölümünde, araştırmanın 3. sorusu başlıklar halinde, hipotezler ile birlikte açıklanacaktır.

Araştırma Sorusu 3: Türkiye’de yaşayan insanların gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri ve motivasyonları arasındaki ilişki düzeyi nedir? Gönüllü turizme yönelik motivasyonlar, gönüllü turizme yönelik katılım eğilimlerini ne düzeyde açıklamaktadır?

Hipotezlerin değerlendirilmesi sürecinde SSPS v.25 ve Microsoft Office Excel 2010 programları kullanılmış olup ve veriler Pearson Korelasyon analizi ve çoklu doğrusal regresyon analizleri çerçevesinde incelenmiştir.

4.4.1. Gönüllü Turizme Yönelik Katılım Eğilimleri ile Motivasyonlar Arasındaki İlişki Düzeyi

Türkiye’de yaşayan insanların gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri ile motivasyonlar ve motivasyonun alt boyutları arasındaki ilişki düzeyini belirlemek amacı ile yapılan analizler ve bu analizler doğrultusunda yapılan açıklamalar aşağıda yer almaktadır.

H-3a: Türkiye’de yaşayan insanların gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri ve motivasyonları arasında ilişki vardır.

Yukarıdaki hipotezi test etmek için gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri, motivasyon ve motivasyonun alt boyutları arasında Pearson Korelasyon analizi yapılmıştır.

Tablo-65: Gönüllü Turizme Yönelik Katılım Eğilimleri ile Motivasyon ve Motivasyonun Alt Boyutları Arasında Korelasyon Analizi Sonuçları

Değişkenler	Kendini geliştirme	Fedakârlık	Özerklik ve İlişki	Değerler	Kendini gerçekleştirme	Motivasyon	Katılım Eğilimi
Kendini Geliştirme	1	.589**	.564**	.608**	.587**	.843**	.495**
Fedakârlık	.589**	1	.639**	.595**	.562**	.828**	.318**
Özerklik ve İlişki	.564**	.639**	1	.609**	.533**	.832**	.343**
Değerler	.608**	.595**	.609**	1	.588**	.821**	.363**
Kendini gerçekleştirme	.587**	.562**	.533**	.588**	1	.754**	.421**
Motivasyon	.843**	.828**	.832**	.821**	.754**	1	.475**
Katılım Eğilimi	.495**	.318**	.343**	.363**	.421**	.475**	1

**Korelasyon 0,01 düzeyinde anlamlıdır. P=0,000.

Tablo-65’teki korelasyon analizi sonuçlarına göre bütün değişkenler arasındaki ilişkinin pozitif yönlü olduğu görülmektedir. Çokluk vd. (2012)’ne göre korelasyon katsayısı değerlerine ilişkin sınırlar ve düzeyler 0,00 ilişki yok, 0,01-0,29 düşük

düzeyde ilişki, 0,30-0,70 orta düzeyde ilişki, 0,71 – 0,99 yüksek düzeyde ilişki ve 1.00 mükemmel ilişki olarak belirtilmiştir. Motivasyon düzeyi genel toplamı ile katılım eğilimleri arasındaki ilişki değeri (korelasyon katsayısı) $r=0,475$ ve aralarında orta düzeyde ilişki bulunmaktadır. Gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri ile motivasyonun alt boyutları olan kendini geliştirme ($r=0,495$), fedakârlık ($r=0,318$), özerklik ve ilişki ($r=0,343$), değerler ($r=0,363$) ve kendini gerçekleştirme ($r=0,421$) arasındaki ilişki pozitif yönlü olup, genel olarak orta düzeyde pozitif yönlüdür. Sonuç olarak H-3a Hipotezi KABUL edilmiştir.

4.4.2. Gönüllü Turizme Yönelik Motivasyonların Katılım Eğilimlerini Açıklama Düzeyi

Hipotez-3a'ya göre gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri ile motivasyon ve motivasyonun alt boyutları arasındaki ilişki düzeyi tespit edildikten sonra motivasyonun alt boyutlarının katılım eğilimlerini ne derecede açıkladığının analiz edilmesi gerekmektedir. Araştırmanın 3. sorusunda yer alan “*Gönüllü turizme yönelik motivasyonları, gönüllü turizme yönelik katılım eğilimlerini ne düzeyde açıklamaktadır?*” sorusuna yönelik H-3b hipotezi oluşturulmuştur.

H-3b: Gönüllü turizme yönelik motivasyonları, gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri üzerinde önemli bir yordayıcıdır.

Yukarıdaki hipotezi test etmek için gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri ile motivasyonun alt boyutları arasında çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Regresyon analizine ilişkin betimleyici istatistikler, varyans analizi, varyans katsayıları, DW değeri ve çoklu doğrusal regresyon analizi aşağıda sunulmaktadır.

Tablo-66: Gönüllü Turizme Yönelik Katılım Eğilimleri ile Motivasyonun Alt Boyutlarına İlişkin Betimleyici İstatistikler

Değişkenler	Ortalama	Standart Sapma	N
Katılım Eğilimi	18.4641	4.46985	1226
Kendini Geliştirme	28.8964	4.46481	1226
Fedakârlık	26.3752	3.45247	1226
Özerklik ve İlişki	25.4829	3.96723	1226
Değerler	20.5359	3.14272	1226
Kendini gerçekleştirme	12.5987	2.08680	1226

Tablo-66'dan elde edilen bilgilere göre motivasyonun alt boyutlarının ve katılımın eğiliminin ortalama puanlar açısından farklılaştığı söylenebilir. Bu farklılıkların istatistiksel açıdan anlamlı olup olmadığını öğrenmek için $p < 0,05$ anlamlılık düzeyinde ANOVA uygulanmıştır.

Tablo-67: Motivasyonun Alt Boyutları ile Katılım Eğilimleri Varyans Analizi

Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Toplamı	F	p
Gruplar Arası	6690.540	5	1338.108	91.794	.000
Gruplar İçi	17784.381	1220	14.577		
Toplam	24474.921	1225			

Tablo-67 incelendiğinde, motivasyonun alt boyutlarına göre katılım eğilimlerinin; $F_{(5,1220)}=91,794$; $p=0,000 < 0,05$ değerinde istatistiki olarak anlamlı olduğu görülmektedir. Katılım eğilimleri ve motivasyonun alt boyutlarının anlamlılığı belirlendikten sonra motivasyon alt boyutlarının toplam puanları üzerinden katılım eğilimlerini ne kadar açıkladığına ilişkin varyasyon katsayılarına ve DW değerine bakılması gerekmektedir.

Tablo-68: Varyasyon Katsayıları ve DW değeri

R	R Kare	Düzeltilmiş R Kare	Durbin-Watson
.523	.273	.270	1.991

Tablo-68'e göre motivasyon alt boyutları ele alındığında, gönüllü turizme katılım eğilimi düzeyine ilişkin toplam varyansın %27'sini açıklamaktadır. İstatistiki olarak 1,991 DW değeri ise kabul edilebilir olduğunu göstermektedir. Hipotez-3b'yi test etmek için gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri bağımlı değişken ve motivasyonun alt boyutları olan kendini geliştirme, fedakârlık, özerklik ve ilişki, değerler ve kendini gerçekleştirme bağımsız değişken olarak alınmış ve regresyon analizi yürütülmüştür. Analiz sonuçları Tablo-69'da sunulmaktadır.

Tablo-69: Motivasyonun Alt Boyutlarının Katılım Eğilimlerine Etkisine İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları

Değişkenler	B	Standart hata B	β	t	p	Korelasyonlar		
						İkili r	Kısmi r	Yarı kısmi r
Sabit	2.249	.909		2.475	.013			
Kendini Geliştirme	.370	.035	.369	10.683	.000	.495	.292	.261
Fedakârlık	-.075	.046	-.058	-1.642	.101	.318	-.047	-.040
Özerklik ve İlişki	.060	.039	.053	1.519	.129	.343	.043	.037
Değerler	.039	.050	.028	.780	.436	.363	.022	.019
Kendini Gerçekleştirme	.412	.072	.192	5.754	.000	.421	.163	.140
R=0,523 R ² = 0,273 Düzeltilmiş R ² =0,270 F _(5,1220) =91,794 N= 1226 p=0,000								

Tablo-69’da sunulan regresyon modeline ilişkin parametrelere bakıldığında, standardize edilmiş regresyon katsayıları β , motivasyonun alt boyutlarının, gönüllü turizme yönelik katılım eğilimlerini açıklama düzeyi üzerindeki önem sırasının; kendini gerçekleştirme ($\beta=0,192$; $t=5,754$; $p<0,05$), kendini geliştirme ($\beta=0,369$; $t=10,683$; $p<0,05$), özerklik ve ilişki ($\beta=0,053$; $t=1,519$; $p>0,05$), değerler ($\beta=0,028$; $t=0,780$; $p>0,05$) ve fedakârlık ($\beta=-0,058$; $t=-1,642$; $p>0,05$) şeklinde olduğu görülmektedir. Regresyon katsayılarının anlamlılığına dair t-Testi sonuçları incelendiğinde, kendini geliştirme ve kendini gerçekleştirme bağımsız değişkenlerinin, gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri üzerinde önemli bir açıklayıcı olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p<0,05$).

Bağımlı değişken ile bağımsız değişkenler arasındaki ikili ve kısmi korelasyonlara göre, kendini geliştirme ile katılım eğilimleri arasında pozitif ve orta düzey bir ilişki ($r=0,495$) olduğu görülmektedir. Diğer değişkenler kontrol edildiğinde, kendini geliştirme ile katılım eğilimi arasındaki korelasyonun düşük düzeyde ($r=0,292$) olarak hesaplandığını görmekteyiz. Bu durumda aradaki farkın nedeni, kendini geliştirmenin diğer motivasyon alt boyutları ile birlikte, katılım eğilimleri arasındaki ilişkilerden kaynaklanmaktadır.

Motivasyonun alt boyutu fedakârlık ile katılım eğilimleri arasında pozitif ve düşük düzeyde ilişki ($r=0,318$), aynı zamanda diğer motivasyon boyutları tarafından paylaşılmaktadır. Diğer motivasyon alt boyutları incelendiğinde, fedakârlık ile katılım eğilimleri arasındaki korelasyonun bu kez negatif ve düşük düzeyde ($r=-0,047$) hesaplandığı görülmektedir. Bu durumda aradaki farkın nedeni, fedakârlığın

diğer motivasyon alt boyutları ile birlikte, katılım eğilimleri arasındaki ilişkilerden kaynaklanmaktadır.

Özerklik ve ilişki ile katılım eğilimleri arasında pozitif ve düşük düzeyde ilişki ($r=0,343$), aynı zamanda diğer motivasyon boyutları tarafından paylaşılmaktadır. Diğer motivasyon alt boyutları incelendiğinde, özerklik ve ilişki ile katılım eğilimleri arasındaki korelasyonun pozitif ve düşük düzeyde ($r=0,043$) hesaplandığı görülmektedir. Bu durumda aradaki farkın nedeni, özerklik ve ilişkinin diğer motivasyon alt boyutları ile birlikte, katılım eğilimleri arasındaki ilişkilerden kaynaklanmaktadır.

Motivasyonun alt boyutu değerler ile katılım eğilimleri arasında pozitif ve düşük düzeyde ilişki ($r=0,363$), aynı zamanda diğer motivasyon boyutları tarafından paylaşılmaktadır. Diğer motivasyon alt boyutları incelendiğinde, değerler ile katılım eğilimleri arasındaki korelasyonun pozitif ve düşük düzeyde ($r=0,022$) hesaplandığı görülmektedir. Bu durumda aradaki farkın nedeni, değerlerin diğer motivasyon alt boyutları ile birlikte, katılım eğilimleri arasındaki ilişkilerden kaynaklanmaktadır.

Kendini gerçekleştirme ile katılım eğilimleri arasında pozitif ve orta düzeyde ilişki ($r=0,421$), aynı zamanda diğer motivasyon boyutları tarafından paylaşılmaktadır. Diğer motivasyon alt boyutları incelendiğinde, kendini gerçekleştirme ile katılım eğilimleri arasındaki korelasyonun pozitif ve düşük düzeyde ($r=0,163$) hesaplandığı görülmektedir. Bu durumda aradaki farkın nedeni, kendini gerçekleştirme diğer motivasyon alt boyutları ile birlikte, katılım eğilimleri arasındaki ilişkilerden kaynaklanmaktadır.

Çoklu doğrusal regresyon analizi sonuçlarına göre katılım eğilimlerinin açıklanmasına ilişkin regresyon eşitliği aşağıdaki gibidir:

$$\text{Katılım Eğilimleri} = 2,249 + 0,37 (\text{Kendini geliştirme}) - 0,07 (\text{Fedakârlık}) + 0,06 (\text{Özerklik ve İlişki}) + 0,04 (\text{Değerler}) + 0,41 (\text{Kendini Gerçekleştirme})$$

Regresyon analizi sonucunda; kendini geliştirme ve kendini gerçekleştirme boyutlarının, katılım eğilimlerini anlamlı ve orta düzeyde etkilediği, fedakârlık boyutunun ise katılım eğilimlerini anlamlı ve negatif yönde etkilediği belirlenmiştir. Ayrıca özerklik ve ilişki ile değerler boyutlarının, katılım eğilimleri üzerinde önemli bir etkiye sahip olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Elde edilen bulgulara bakıldığında, Hipotez-3b KABUL edilmiştir. Gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri motivasyonun alt boyutlarından etkilenmektedir. Ayrıca katılımcıların gönüllü turizme yönelik motivasyonları, katılım eğilimleri üzerinde istatistiki olarak önemli bir yordayıcıdır.

4.4.3. Gönüllü Turizme Yönelik Katılım Eğilimleri ile Motivasyonlar Arasındaki İlişkileri Değerlendirmeye Yönelik Bulguların Özeti

Gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri ile motivasyon ve motivasyonun alt boyutları arasındaki ilişki ve açıklama düzeyini belirlemeye yönelik, araştırmanın 3. sorusuna ait hipotezlerin test edilmesinde, Pearson Korelasyon ve çoklu doğrusal regresyon analizlerinden yararlanılmıştır.

Elde edilen bulgular çerçevesinde, hipotez testlerinin sonuçları Tablo-70’te sunulmaktadır.

Tablo-70: Katılım Eğilimleri İle Motivasyonlar Arasındaki İlişki ve Açıklamayı Belirlemeye Yönelik Hipotez Testlerinin Sonuçları

Hipotezler	Uygulanan Test	Sonuç
Hipotez-3a Türkiye’de yaşayan insanların gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri ile motivasyonlar arasında ilişki vardır.	Pearson Korelasyon Analizi	KABUL
Hipotez-3b Gönüllü turizme yönelik motivasyonlar, gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri üzerinde önemli bir yordayıcıdır.	Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi	KABUL

Tablo-70’te görüldüğü gibi, gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri ile motivasyonlara ilişkin oluşturulan hipotezler kabul edilmiştir.

Gönüllü turizme katılım eğilimleri ile motivasyon arasında orta düzeyde korelasyon bulunmaktadır. Ayrıca motivasyonun alt boyutlarından kendini gerçekleştirme ve kendini geliştirme gönüllü turizme yönelik katılım eğilimlerinin önemli yordayıcılarıdır. Motivasyonun diğer alt boyutları ise gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri arasında düşük düzey ilişki olduğu tespit edilmiştir.

4.5. GELECEKTE GÖNÜLLÜ TURİZME KATILIM NİYETİ İLE GÖNÜLLÜ TURİZME KATILIM EĞİLİMİ VE GÖNÜLLÜ TURİZME YÖNELİK MOTİVASYONLAR ARASINDAKİ İLİŞKİ

Gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri ve motivasyonların, gelecekte gönüllü turizme katılma niyetine göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan analizler ve bu analizler doğrultusunda yapılan açıklamalar aşağıda yer almaktadır.

Araştırma Sorusu 4: Türkiye’de yaşayan insanların gelecekte gönüllü turizme katılım niyetleri, gönüllü turizm yönelik katılım eğilimleri ve motivasyonlarına göre farklılık göstermekte midir?

Yukarıdaki araştırma sorusuna cevap bulmak için katılım niyeti değişkeni ile gönüllü turizme yönelik katılım eğilimi ve motivasyonların toplam puanına t-Testi uygulanmıştır. Katılım niyetine göre gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri ve motivasyonlarına ilişkin standart sapma, standart hata ve ortalama puanlar değerlerinden oluşan betimleyici istatistikler Tablo-71’de sunulmaktadır.

Tablo-71: Gelecekte Gönüllü Turizme Katılım Niyeti İle Gönüllü Turizme Yönelik Katılım Eğilimi ve Motivasyonlarına İlişkin Betimsel Analizler

Değişkenler	Katılım Niyeti	N	Ortalama	Std. Sapma	Std. Hata
					Ortalaması
Katılım Eğilimi	Evet	837	19.9976	3.54128	.12240
	Hayır	389	15.1645	4.48004	.22715
Motivasyon	Evet	837	116.9391	12.57389	.43462
	Hayır	389	107.3265	14.89478	.75520

Tablo-71’deki verilere bakıldığında gelecekte gönüllü turizm faaliyetlerine katılma niyetine göre gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri ve motivasyonların ortalama puanlar açısından farklılaştığı görülmektedir. Bu farklılıkların istatistiki olarak anlamlı olup olmadığını öğrenmek amacıyla yapılan t-Testi sonuçları Tablo-72’de sunulmaktadır.

Tablo-72: Gelecekte Gönüllü Turizme Katılım Niyeti İle Gönüllü Turizme Yönelik Katılım Eğilimi ve Motivasyonlarına İlişkin t-Testi

Levene's Testi			t-Testi						
Değişkenler	F	P	t	Sd	P	Ort. Fark	Std. Hata Farkı	%95 Güven Aralığı	
Katılım	29.681	.000	20.385	1224	.000	4.83309	.23708	4.36795	5.29822
Eğilimleri			18.731	621.728	.000	4.83309	.25803	4.32637	5.33980
Motivasyon	14.310	.000	11.731	1224	.000	9.61259	.81940	8.00500	11.22018
			11.032	654.267	.000	9.61259	.87133	7.90165	11.32353

Tablo-72’de yer alan gelecekte katılım niyetine göre gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri incelendiğinde Levene’s testi sonuçları; $F_{(1,1224)}=29,681$; $p=0,000<0,05$ olduğu için t-Testi ikinci satırı incelenmelidir. Bu durumda t-Testi sonuçlarına göre ortalama farklar aynı olmak üzere $\bar{X}=4,83309$; $t_{(1225)}=18,731$; $p=0,000<0,05$ olduğu için katılım eğilimlerinin, gelecekte gönüllü turizme katılım niyetine göre istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde farklılaştığı görülmektedir. Araştırmanın 4. sorusuna göre katılımcılarından gelecekte gönüllü turizme katılma niyeti çerçevesinde olumlu görüş bildirenlerin olumsuz görüş bildirenlere göre daha yüksek katılım eğilimi göstermektedir.

Yine Tablo-72’de yer alan gelecekte katılım niyetine göre gönüllü turizme yönelik motivasyonlar incelendiğinde Levene’s testi sonuçları; $F_{(1,1224)}=14,310$; $p=0,000<0,05$ olduğu için t-Testi ikinci satırı incelenmelidir. Bu durumda t-Testi sonuçlarına göre ortalama farklar aynı olmak üzere $\bar{X}=9,61259$; $t_{(1225)}=11,032$; $p=0,000<0,05$ olduğu için motivasyonların, gelecekte gönüllü turizme katılım niyetine göre istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde farklılaştığı görülmektedir. Araştırmanın 4. sorusuna göre katılımcılarından gelecekte gönüllü turizme katılma niyeti çerçevesinde olumlu görüş bildirenlerin olumsuz görüş bildirenlere göre daha yüksek motivasyona sahip olduğu görülmektedir.

4.6. GELECEKTE GÖNÜLLÜ TURİZME KATILIM NİYETİ İLE DEMOGRAFİK DEĞİŞKENLER ARASINDAKİ İLİŞKİ

Araştırmanın 5. sorusuna yanıt aramak için gelecekte gönüllü turizm faaliyetlerine katılım niyetlerinin, demografik değişkenlere göre farklılık gösterip

göstermediğini belirlemek için çapraz tablolar oluşturulmuştur. Elde edilen bulgular, tablolar halinde aşağıda açıklanmaktadır.

Araştırma Sorusu 5: Türkiye’de yaşayan insanların gelecekte gönüllü turizme katılım niyetleri demografik değişkenlere göre farklılık göstermekte midir?

Tablo-73: Cinsiyete Göre Gelecekte Gönüllü Turizme Katılım Niyeti Dağılımı

Değişken			Katılım Niyeti		Total
			Evet	Hayır	
Cinsiyet	Kadın	Katılımcı Sayısı	441	146	587
		Grupta %	%75.1	%24.9	%100.0
	Erkek	Katılımcı Sayısı	396	243	639
		Grupta %	%62.0	%38.0	%100.0
Toplam		Katılımcı Sayısı	837	389	1226
		Toplam %	%68.3	%31.7	%100.0

Tablo-73’te ye alan cinsiyete göre gelecekte gönüllü turizm faaliyetlerine katılma niyetleri incelendiğinde, olumlu görüş bildiren erkeklerin sayısı 396, kadınların sayısı ise 441 olmak üzere toplam 837 kişidir. Gelecekte gönüllü turizm faaliyetlerine katılma niyetleri konusunda olumsuz görüş bildiren erkeklerin sayısı 243, kadınların sayısı 146 olmak üzere toplam 389 kişidir. Katılımcıların %68,3’ü olumlu görüş bildirirken, olumsuz görüş bildirenlerin oranı %31,7’dir.

Tablo-74: Yaşa Göre Gelecekte Gönüllü Turizme Katılım Niyeti Dağılımı

Değişken			Katılım Niyeti		Toplam
			Evet	Hayır	
Yaş	18-25	Katılımcı Sayısı	305	111	416
		Grupta %	73.3%	26.7%	100.0%
		Katılım Niyeti İçinde %	36.4%	28.5%	33.9%
	26-35	Katılımcı Sayısı	289	116	405
		Grupta %	71.4%	28.6%	100.0%
		Katılım Niyeti İçinde %	34.5%	29.8%	33.0%
	36-45	Katılımcı Sayısı	147	91	238
		Grupta %	61.8%	38.2%	100.0%
		Katılım Niyeti İçinde %	17.6%	23.4%	19.4%
	46 ve üzeri	Katılımcı Sayısı	96	71	167
		Grupta %	57.5%	42.5%	100.0%
		Katılım Niyeti İçinde %	11.5%	18.3%	13.6%

Toplam	Katılımcı Sayısı	837	389	1226
	Toplam %	68.3%	31.7%	100.0%
	Katılım Niyeti İçinde %	100.0%	100.0%	100.0%

Tablo-74'e yer alan yaşa göre gelecekte gönüllü turizm faaliyetlerine katılma niyetleri incelendiğinde, grupların kendi içerisinde en çok olumlu görüş bildiren gruplar; 18-25 yaş arası (%73,3) ve 26-35 yaş arasındaki (%71,4) yaş gruplarıdır. Gelecekte gönüllü turizm faaliyetlerine katılma niyetleri konusunda olumsuz görüş bildiren 36-45 yaş arasındaki katılımcı sayısı 91, 46 ve üzeri yaşında olan katılımcıların sayısı ise 71'dir.

Tablo-75: Bölgelere Göre Gelecekte Gönüllü Turizme Katılım Niyeti Dağılımı

Değişken			Katılım Niyeti		Toplam
			Evet	Hayır	
Bölgeler	İstanbul	Katılımcı Sayısı	86	45	131
		Grupta %	%65.6	%34.4	%100.0
	Marmara	Katılımcı Sayısı	98	54	152
		Grupta %	%64.5	%35.5	%100.0
	Ege	Katılımcı Sayısı	102	40	142
		Grupta %	%71.8	%28.2	%100.0
	Akdeniz	Katılımcı Sayısı	109	31	140
		Grupta %	%77.9	%22.1	%100.0
	İç Anadolu	Katılımcı Sayısı	268	146	414
		Grupta %	%64.7	%35.3	%100.0
	Karadeniz	Katılımcı Sayısı	110	37	147
		Grupta %	%74.8	%25.2	%100.0
	Doğu ve Güneydoğu Anadolu	Katılımcı Sayısı	64	36	100
		Grupta %	%64.0	%36.0	%100.0
	Toplam	Katılımcı Sayısı	837	389	1226
		Toplam %	%68.3	%31.7	%100.0

Tablo-75 incelendiğinde, bölgelere göre gelecekte gönüllü turizm faaliyetlerine katılma niyetleri, grupların kendi içerisinde Akdeniz (%77,9), Karadeniz (%74,8) ve Ege (%71,8) bölgelerinin diğer bölgelere göre daha çok olumlu görüş bildirdikleri görülmektedir. Gelecekte gönüllü turizme yönelik katılım niyetlerine göre grupların

kendi içinde en çok olumsuz görüş bildiren bölge Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgesi (%36) olmakla beraber Marmara (%35,5), İç Anadolu (%35,3) ve İstanbul (%34,4) diğer grup içinde en çok olumsuz görüş bildiren bölgelerdendir.

Tablo-76: Medeni Duruma Göre Gelecekte Gönüllü Turizme Katılım Niyeti Dağılımı

Değişken			Katılım Niyeti		Toplam
			Evet	Hayır	
Medeni Durum	Evli	Katılımcı Sayısı	402	220	622
		Grupta %	%64.6	%35.4	%100.0
	Bekâr	Katılımcı Sayısı	435	169	604
		Grupta %	%72.0	%28.0	%100.0
Toplam	Katılımcı Sayısı		837	389	1226
	Toplam %		%68.3	531.7	%100.0

Tablo-76’da yer alan medeni duruma göre gelecekte gönüllü turizm faaliyetlerine katılma niyetleri incelendiğinde, olumlu görüş bildiren evlilerin sayısı 402, bekârların sayısı ise 435 olmak üzere toplam 837 kişidir. Gelecekte gönüllü turizm faaliyetlerine katılma niyetleri konusunda olumsuz görüş bildiren evlilerin sayısı 220, bekârların sayısı 169 olmak üzere toplam 389 kişidir. Katılımcılardan gelecekte gönüllü turizm faaliyetlerine katılma niyetlerine göre bekârların %72’si olumlu görüş bildirirken, evli olanların %64,6’sı olumlu görüş bildirmiştir.

Tablo-77: Çocuk Sahibi Olma Durumuna Göre Gelecekte Gönüllü Turizme Katılım Niyeti Dağılımı

Değişken			Katılım Niyeti		Toplam
			Evet	Hayır	
Çocuk Sahibi Olma Durumu	Yok	Katılımcı Sayısı	472	176	648
		Grupta %	%72.8	%27.2	%100.0
	Var	Katılımcı Sayısı	365	213	578
		Grupta %	%63.1	%36.9	%100.0
Toplam	Katılımcı Sayısı		837	389	1226
	Toplam %		%68.3	%31.7	%100.0

Tablo-77’de yer alan gelecekte gönüllü turizm faaliyetlerine katılma niyetlerine göre çocuk sahibi olma durumu incelendiğinde, katılımcılardan 837 kişi olumlu görüş bildirirken, 389 kişi olumsuz görüş bildirmişlerdir. Çocuk sahibi olma

durumuna göre gelecekte gönüllü turizm faaliyetlerine katılma niyetlerine göre grupların kendi içerisinde ise çocuk sahibi olmayanların (%72,8), çocuk sahibi olanlara (%63,1) göre daha fazla olumlu görüş bildirdikleri görülmektedir.

Tablo-78: Çalışma Durumuna Göre Gelecekte Gönüllü Turizme Katılım Niyeti Dağılımı

Değişken			Katılım Niyeti		Toplam
			Evet	Hayır	
Çalışma Durumu	Kamu Çalışanı	Katılımcı Sayısı	286	102	388
		Grupta %	%73.7	%26.3	%100.0
	Özel Sektör Çalışanı	Katılımcı Sayısı	291	175	466
		Grupta %	%62.4	%37.6	%100.0
	Diğer	Katılımcı Sayısı	260	112	372
		Grupta %	%69.9	%30.1	%100.0
Toplam	Katılımcı Sayısı	837	389	1226	
	Toplam %	%68.3	%31.7	%100.0	

Tablo-78’de yer alan çalışma durumuna göre gelecekte gönüllü turizm faaliyetlerine katılma niyetleri incelendiğinde, olumlu görüş bildiren kamu çalışanlarının sayısı 286, özel sektör çalışanlarının sayısı 291 ve diğerlerinin sayısı 260 kişidir. Gelecekte gönüllü turizm faaliyetlerine katılma niyetleri konusunda kamu çalışanlarının (%73,7), özel sektör çalışanlarına (%62,4) ve diğerlerine (%69,9) göre daha fazla olumlu görüş bildirdikleri görülmektedir.

Tablo-79: Eğitim Durumuna Göre Gelecekte Gönüllü Turizme Katılım Niyeti Dağılımı

Değişken			Katılım Niyeti		Toplam
			Evet	Hayır	
Eğitim Düzeyi	İlkokul	Katılımcı Sayısı	65	40	105
		Grupta %	%61.9	%38.1	%100.0
	Ortaokul	Katılımcı Sayısı	54	47	101
		Grupta %	%53.5	%46.5	%100.0
	Lise	Katılımcı Sayısı	180	96	276
		Grupta %	%65.2	%34.8	%100.0
	Önlisans	Katılımcı Sayısı	140	57	197
		Grupta %	%71.1	%28.9	%100.0
	Lisans	Katılımcı Sayısı	319	131	450
		Grupta %	%70.9	%29.1	%100.0

	Lisansüstü	Katılımcı Sayısı	79	18	97
		Grupta %	%81.4	%18.6	%100.0
Toplam		Katılımcı Sayısı	837	389	1226
		Toplam %	%68.3	%31.7	%100.0

Tablo-79 incelendiğinde gelecekte gönüllü turizm faaliyetlerine katılma niyetlerinin bölgelere göre grupların kendi içerisinde lisansüstü mezunların (%81,4), diğer eğitim düzeylerine göre daha çok olumlu görüş bildirdikleri, ortaokul mezunlarının (%53,5) ise diğer eğitim düzeylerine göre daha çok olumsuz görüş bildirdikleri görülmektedir.

Tablo-80: Gelir Durumuna Göre Gelecekte Gönüllü Turizme Katılım Niyeti Dağılımı

Değişken			Katılım Niyeti		Total
			Evet	Hayır	
Gelir (TL)	2500 altı	Katılımcı Sayısı	162	78	240
		Grupta %	%67.5	%32.5	%100.0
	2500-3999	Katılımcı Sayısı	236	109	345
		Grupta %	%68.4	%31.6	%100.0
	4000-5999	Katılımcı Sayısı	227	102	329
		Grupta %	%69.0	%31.0	%100.0
	6000 ve üzeri	Katılımcı Sayısı	212	100	312
		Grupta %	%67.9	%32.1	%100.0
Toplam		Katılımcı Sayısı	837	389	1226
		Toplam %	%68.3	%31.7	%100.0

Tablo-80’de yer alan gelir durumuna göre gelecekte gönüllü turizm faaliyetlerine katılma niyetleri incelendiğinde, grupların kendi içinde olumlu görüşün çok farklılaşmadığı görülmekle beraber en fazla olumlu görüş bildirenlerin 4000-5999 TL gelire sahip (%69) olan katılımcıların olduğu görülmektedir.

BEŞİNCİ BÖLÜM

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu bölümde araştırma ile elde edilen bulgular çerçevesinde ulaşılan sonuçlar ve öneriler sunulmaktadır.

5.1. SONUÇ

Araştırma sonuçlarına göre, gönüllü turizme yönelik motivasyonlar ölçeğine ilişkin yapılan açımlayıcı faktör analizi ile 5 faktörün varlığı tespit edilmiştir. Her bir faktör, araştırmanın uygulandığı Türkiye evreninde farklı motivasyon boyutlarını ortaya koymaktadır. Bulunan motivasyon boyutları; kendini gerçekleştirme, fedakârlık, kendini geliştirme, değerler ve özerklik ve ilişkiden oluşmaktadır. Bu motivasyon boyutları, alanyazında farklı araştırmacılar (Lee, 2011; Esmond ve Dunlop, 2004; Bang ve Ross, 2009; Leonard ve Onyx, 2011; Otoo ve Amuquandoh, 2014; Cnaan ve Goldberg, 1991) tarafından bulunan motivasyon boyutları ile benzerlik göstermektedir.

Gönüllü turizme yönelik motivasyon boyutlarından olan özerklik ve ilişki boyutlarına ilişkin ifadeler, bu çalışmada faktör analizi sonuçlarına göre tek faktörde toplanmış ve “özerklik ve ilişki” boyutu olarak tanımlanmıştır. Bu durumun, araştırmaya katılan Türkiye’de yaşayan insanların bu iki boyuta ait ifadeleri benzer olarak algılamalarının sonucu olarak ortaya çıktığı düşünülmektedir.

Gönüllü turizme yönelik motivasyon boyutlarından olan kaçış boyutuna ilişkin ifadelerden “Nadir bir fırsatın içinde yer almak” faktör analizi sonucuna göre değerler boyutu içinde yer almıştır. Katılımcıların bu ifadeyi gönüllü turizm deneyimleri açısından değerli olarak nitelendirdiklerinden kaynaklandığı söylenebilir. Ayrıca kaçış boyutuna ait “Günlük rutinden uzak kalmak” ve “Yeni ve farklı bir şey yapmak” ifadeleri faktör analizi sonuçlarına göre ölçek dışı bırakılmıştır. Bu durumun, araştırmanın farklı ülkede yapılması, örneklemin farklı olması ve demografik değişkenlerin etkisi ile gerçekleştiği düşünülmektedir.

Elde edilen bulgular ışığında, öne çıkan motivasyon boyutları sırasıyla; kendini geliştirme, fedakârlık, özerklik ve ilişki, değerler ve kendini gerçekleştirme şeklinde olduğu tespit edilmiştir. Bu faktörlerin katılım eğilimlerine ilişkin açıklanan toplam

varyansına bakıldığında, gönüllü turizme yönelik motivasyonların katılım eğilimlerinin %52,762'sini açıkladığı sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırma bulgularına göre, demografik değişkenler ile katılım eğilimleri arasındaki ilişki incelendiğinde istatistiki olarak anlamlı farklılıklara ulaşılmıştır. Cinsiyete göre katılım eğilimlerinin farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Özellikle kadın katılımcıların erkek katılımcılara göre gönüllü turizme yönelik katılım eğilimlerinin ortalama puanlar açısından daha yüksek olduğu görülmektedir.

Elde edilen bulgular çerçevesinde, yaşa göre gönüllü turizme yönelik katılım eğilimlerinin farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Katılımcıların yaşları arttıkça gönüllü turizme yönelik katılım eğilimlerinin azaldığı sonucuna ulaşılmıştır. Dolayısı ile genç katılımcıların gönüllü turizme yönelik katılım eğilimlerinin yüksek olduğu söylenebilir.

Elde edilen bulgular ışığında, katılımcıların yaşadığı bölgelere göre katılım eğilimlerinin farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Özellikle Akdeniz bölgesinde yaşayanların İç Anadolu, Marmara ve Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinde yaşayanlara göre gönüllü turizme yönelik katılım eğilimlerinin ortalama puanlar açısından daha yüksek olduğu gözlemlenmektedir. Bu durumun, turizmin yoğun olarak yaşandığı Akdeniz bölgesinde ikamet eden katılımcıların turizme yönelik olumlu görüşlerinden kaynaklandığı söylenebilir. Marmara bölgesinde yaşayanların ise Akdeniz ve Karadeniz bölgelerinde yaşayanlara nazaran ortalama puanlara göre daha az katılım eğilimi göstermektedir. Bölgelere göre katılım eğilimlerinin farklılaşmasının nedenlerini bölgelerin kültür, gelir, eğitim vd. sebeplerden dolayı oluştuğu düşünülmektedir.

Araştırma bulgularına göre, katılımcıların medeni durumlarına göre gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri açısından istatistiki olarak anlamlı farklılaşmadığı görülmektedir. Bekâr ve evli katılımcıların gönüllü turizme yönelik katılım eğilimlerinin benzer olduğu söylenebilir.

Araştırma bulguları doğrultusunda, katılımcıların çocuk sahibi olma durumlarına göre gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri açısından istatistiki olarak anlamlı farklılaştığı görülmektedir. Katılımcılardan çocuk sahibi olmayanların katılım eğilimleri, çocuk sahibi olanlara göre daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Çalışma durumuna göre gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri incelendiğinde istatistiki olarak anlamlı farklılıkların olduğu görülmekte olup katılımcılardan kamuda çalışanların gönüllü turizme yönelik katılım eğilimlerinin, özel sektörde çalışanlara göre daha yüksek olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Diğer bir ifade ile kamu kurumlarında çalışan katılımcılar gönüllü turizme yönelik daha çok katılım eğilimine sahiptir.

Katılımcıların eğitim durumuna göre katılım eğilimleri incelendiğinde, sadece ortaokul mezunu olanların önlisans ve lisansüstü mezunlara göre gönüllü turizme yönelik katılım eğilimlerinin farklı olduğu görülmekte olup, daha düşük katılım eğilimi göstermektedir.

Elde edilen bulgular çerçevesinde, gelire göre gönüllü turizme yönelik katılım eğilimlerinin istatistiki olarak farklılaştığı tespit edilmiştir. Katılımcıların gelir düzeyi arttıkça gönüllü turizme yönelik katılım eğilimlerinin arttığı görülmektedir. Dolayısı ile daha yüksek gelire sahip olan katılımcılar daha az gelire sahip olan katılımcılara göre daha fazla katılım eğilimi göstermektedir.

Araştırma bulgularına göre, demografik değişkenler ile gönüllü turizme yönelik motivasyonlar arasındaki ilişki incelendiğinde istatistiki olarak anlamlı farklılıklara ulaşılmıştır. Cinsiyete göre gönüllü turizme yönelik motivasyonların farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Özellikle kadın katılımcıların erkek katılımcılara göre gönüllü turizme yönelik motivasyonlarının ortalama puanlar açısından daha yüksek olduğu görülmektedir.

Yaşa göre gönüllü turizme yönelik motivasyonların farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Katılımcıların yaşları arttıkça gönüllü turizme yönelik katılım eğilimlerinde olduğu gibi motivasyonlarının da azaldığı sonucuna ulaşılmıştır.

Elde edilen bulgular ışığında, katılımcıların yaşadığı bölgelere göre gönüllü turizme yönelik motivasyonlarının istatistiki olarak anlamlı farklılaştığı görülmektedir. Özellikle Akdeniz bölgesinde yaşayanların diğer bütün bölgelerde yaşayanlara göre gönüllü turizme yönelik motivasyonlarının daha yüksek olduğu bulgusu ortaya çıkmıştır. Dolayısı ile Akdeniz bölgesinde ikamet eden katılımcılar daha yüksek motivasyona sahiptirler. Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgesinde yaşayanların Marmara ve Karadeniz bölgeleri hariç diğer bölgelerde yaşayanlara göre gönüllü turizme yönelik motivasyonlarının daha düşük olduğu

gözlemlenmektedir. Akdeniz ve Doğu ve Güneydoğu bölgeleri hariç diğer bölgelerde yaşayanlar kendi aralarında gönüllü turizme yönelik motivasyonlar açısından farklılık oluşturmamaktadır. Genel anlamda bölgelere göre gönüllü turizme yönelik motivasyonların farklılaşmasının nedeni bölgelerin kendine has özelliklerinden (kültür, gelir, eğitim vd.) kaynaklandığı düşünülmektedir.

Elde edilen bulgular doğrultusunda, katılımcıların medeni durumlarına göre gönüllü turizme yönelik motivasyonlarının istatistiki olarak anlamlı farklılaştığı görülmektedir. Evli katılımcıların bekâr katılımcılara göre ortalama puanlar açısından daha yüksek gönüllü turizme yönelik motivasyonlara sahip olduğu görülmektedir.

Araştırma bulgularına göre, katılımcıların çocuk sahibi olma durumlarına göre motivasyonlarının istatistiki olarak anlamlı farklılaştığı görülmektedir. Çocuk sahibi olamayan katılımcıların, çocuk sahibi olan katılımcılara göre motivasyonlarının ortalama puanlar açısından daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Çalışma durumuna göre gönüllü turizme yönelik motivasyonlar incelendiğinde istatistiki olarak anlamlı farklılıklara rastlanmıştır. Buna göre, katılımcılardan kamuda çalışanların özel sektörde çalışanlara göre gönüllü turizme yönelik motivasyonlarının daha yüksek olduğu söylenebilir.

Elde edilen bulgular ışığında, katılımcıların eğitim düzeylerine göre gönüllü turizme yönelik motivasyonlarının istatistiki olarak farklılaştığı görülmektedir. Katılımcılardan ilkokul ve ortaokul mezunu olanların önlisans ve lisans mezunlarına göre gönüllü turizme yönelik motivasyonlarının daha düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca ortaokul mezunları lisansüstü eğitimi alanlara göre de düşük motivasyon göstermektedir. Lise, Önlisans, Lisans ve Lisansüstü mezunlarının kendi aralarında gönüllü turizme yönelik motivasyonlar açısından farklılaşmadığı görülmektedir.

Elde edilen bulgular çerçevesinde, gelir düzeylerine göre gönüllü turizme yönelik motivasyonlar incelendiğinde istatistiki olarak anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Katılımcıların gelirleri arttıkça gönüllü turizme yönelik katılım eğilimlerinde olduğu gibi motivasyonlarının da arttığı sonucuna ulaşılmıştır.

Genel anlamda demografik değişkenler ile gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri ve motivasyonları arasında ilişkiye bakıldığında, kadın katılımcıların daha

yüksek katılım eğilimi ve motivasyona sahip olduğu, katılımcıların yaşları arttıkça katılım eğilimi ve motivasyonlarının azaldığı, bölgelerin sahip olduğu özelliklere göre hem katılım eğilimlerinin hem de motivasyonların farklılık gösterdiği, çocuk sahibi olmayan katılımcıların katılım eğilimlerinin ve motivasyonların yüksek olduğu, kamu çalışanlarının özel sektörde çalışanlara nazaran daha yüksek katılım eğilimi ve motivasyona sahip olduğu, eğitim düzeylerine göre katılım eğilimlerinin ve motivasyonların farklılık gösterdiği ve katılımcıların gelirleri arttıkça gönüllü turizme yönelik katılım eğilimlerinin ve motivasyonların arttığı sonuçlarına ulaşılmıştır.

Bu sonuçlar doğrultusunda Türkiye’de potansiyel gönüllü turistlerin genç, gelir düzeyi yüksek, bekâr ve çocuk sahibi olamayan özelliklere sahip olduğu söylenebilir. Ayrıca turizmin yoğun yaşandığı bölgelerde potansiyel gönüllü turistlerin varlığından söz edilebilir.

Araştırma bulgularına göre, gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri ve motivasyonlar arasında istatistiki olarak orta düzeyde ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu duruma göre, gönüllü turizme yönelik motivasyonlar, katılımcıların katılım eğilimlerini etkilemektedir. Ayrıca çoklu doğrusal regresyon analizi sonuçlarına göre gönüllü turizme yönelik motivasyonlar katılım eğilimlerinin önemli yordayıcısıdır. Özellikle motivasyon boyutlarından olan kendini geliştirme ve kendini gerçekleştirme boyutları katılım eğilimlerinin önemli açıklayıcıları olduğu tespit edilmiştir. Tam tersine fedakârlık boyutu katılım eğilimlerine negatif yönde etki etmektedir. Diğer motivasyon alt boyutlarının katılım eğilimleri üzerinde önemli bir etkiye sahip olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Elde edilen bulgular çerçevesinde, gelecekte gönüllü turizme katılma niyeti doğrultusunda olumlu görüş bildirenlerin olumsuz görüş bildirenlere göre daha yüksek katılım eğilimi göstermektedir. Ayrıca katılımcılarından gelecekte gönüllü turizme katılma niyeti çerçevesinde olumlu görüş bildirenlerin olumsuz görüş bildirenlere göre daha yüksek motivasyona sahip olduğu görülmektedir.

Araştırma bulguları doğrultusunda, gelecekte gönüllü turizme yönelik katılım niyetlerine göre katılımcıların cinsiyetlerinin dağılımına bakıldığında grupların kendi içinde kadın katılımcıların erkeklere göre daha fazla katılım niyeti gösterdiği sonucu ulaşılmıştır. Katılımcıların yaşlarına göre gelecekte gönüllü turizme katılım

niyetlerine bakıldığı zaman grupların kendi içinde 18-25 ve 26-35 yaş arasında olan katılımcıların diğer yaş gruplarına nazaran daha fazla katılım niyetine sahip olduğu tespit edilmiştir. Bölgelere göre gelecekte gönüllü turizme katılım niyetleri incelendiğinde grupların kendi içinde Akdeniz ve Karadeniz bölgelerinde yaşayanların diğer bölgelere göre daha fazla katılım niyetine sahip olduğu görülmektedir. Medeni duruma göre katılım niyetine bakıldığı zaman, bekâr katılımcıların katılım niyetlerinin daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çocuk sahibi olma durumuna göre gelecekte gönüllü turizm faaliyetlerine katılma niyetlerine göre grupların kendi içerisinde ise çocuk sahibi olmayanların, çocuk sahibi olanlara göre daha fazla olumlu görüş bildirdikleri tespit edilmiştir. Çalışma durumuna göre gelecekte gönüllü turizme yönelik katılım niyetlerine bakıldığında, grupların kendi içinde kamu çalışanlarının diğer gruplara göre daha fazla olumlu görüş bildirdikleri görülmektedir. Eğitim durumuna göre gelecekte gönüllü turizme yönelik katılım niyetleri dağılımı incelendiğinde, katılımcıların eğitim düzeyi yükseldikçe katılım niyetlerine yönelik olumlu görüşlerin arttığı görülmektedir. Son olarak gelir düzeyine göre gelecekte gönüllü turizme yönelik katılım niyetlerinin grupların kendi içinde homojen dağılım göstermekte olup önemli bir farklılığa rastlanmamıştır.

Sonuçlar özetlenecek olursa;

- Gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri Türkiye’de yaşayan insanların cinsiyetlerine göre farklılaştığı görülmüştür (Hipotez-1a).
- Türkiye’de yaşayan insanların yaşları ile gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır (Hipotez-1b).
- Gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri Türkiye’de yaşayan insanların ikamet ettiği bölgelere göre farklılaştığı görülmüştür (Hipotez-1c).
- Gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri Türkiye’de yaşayan insanların medeni durumlarına göre farklılaşmamaktadır (Hipotez-1d).
- Gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri Türkiye’de yaşayan insanların çocuk sahibi olma durumlarına göre farklılaştığı görülmüştür (Hipotez-1e).
- Gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri Türkiye’de yaşayan insanların çalışma durumlarına göre farklılaştığı görülmüştür (Hipotez-1f).

- Gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri Türkiye’de yaşayan insanların eğitim düzeylerine göre farklılaştığı görülmüştür (Hipotez-1g).
- Türkiye’de yaşayan insanların gelirleri ile gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır (Hipotez-1h).
- Gönüllü turizme yönelik motivasyonları Türkiye’de yaşayan insanların cinsiyetlerine göre farklılaştığı görülmüştür (Hipotez-2a).
- Türkiye’de yaşayan insanların yaşları ile gönüllü turizme yönelik motivasyonları arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır (Hipotez-2b).
- Gönüllü turizme yönelik motivasyonları Türkiye’de yaşayan insanların ikamet ettiği bölgelere göre farklılaştığı görülmüştür (Hipotez-2c).
- Gönüllü turizme yönelik motivasyonları Türkiye’de yaşayan insanların medeni durumlarına göre farklılaştığı görülmüştür (Hipotez-2d).
- Gönüllü turizme yönelik motivasyonları Türkiye’de yaşayan insanların çocuk sahibi olma durumlarına göre farklılaştığı görülmüştür (Hipotez-2e).
- Gönüllü turizme yönelik motivasyonları Türkiye’de yaşayan insanların çalışma durumlarına göre farklılaştığı görülmüştür (Hipotez-2f).
- Gönüllü turizme yönelik motivasyonları Türkiye’de yaşayan insanların eğitim düzeylerine göre farklılaştığı görülmüştür (Hipotez-2g)
- Türkiye’de yaşayan insanların gelirleri ile gönüllü turizme yönelik motivasyonları arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır (Hipotez-2h).
- Türkiye’de yaşayan insanların gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri ile motivasyonlar arasında ilişki orta düzeyde bir ilişki bulunmaktadır (Hipotez-3a).
- Gönüllü turizme yönelik motivasyonları, gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri üzerinde önemli bir açıklayıcıdır (Hipotez-3b).
- Gelecekte gönüllü turizme katılım niyeti bağlamında olumlu görüş bildirenlerin gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri ve motivasyon düzeylerinin daha yüksek olduğu görülmüştür (Araştırma Sorusu 4).
- Demografik değişkenlere göre gelecekte gönüllü turizme katılım niyetinin farklılaştığı görülmüştür (Araştırma Sorusu 5).

5.2. ÖNERİLER

Bu araştırmanın temel amacının, Türkiye’de yaşayan insanların gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri ile motivasyonları arasındaki ilişkileri incelemek olduğu daha önce belirtilmişti. Ayrıca araştırmanın, “Türkiye’de yaşayan insanların gönüllü turizm ile ilgili bilgilerini, eğilimlerini ve bakış açılarını öğrenerek mevcut durum hakkında bilgi sahibi olmak” ve “Türkiye’de alternatif turizm çeşidi olarak gönüllü turizmin uygulanabilirliğini ölçmek” olmak üzere iki alt amacı bulunmaktadır. Bu bölümde araştırma amaçları ve sonuçları çerçevesinde bir kaç öneri sunulmaya çalışılacaktır.

Araştırma sonuçlarına bakıldığı zaman, demografik değişkenlerin hem gönüllü turizme katılım eğilimleri hem de motivasyonlara göre farklılık gösterdiği görülmektedir. Özellikle gençlerin gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri ve motivasyon düzeylerinin yüksek olduğunu söyleyebiliriz. Gençlerin gönüllü turizm faaliyetlerine katılmalarını sağlamak adına çeşitli kamu kurumlarının, üniversitelerin, sivil toplum kuruluşlarının ve belediyelerin destek vermesi gerektiği düşünülmektedir.

Araştırma sonuçları doğrultusunda, gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri ve motivasyon düzeylerinin insanların yaşadığı bölgelere göre farklılaştığı görülmektedir. Dolayısı ile gönüllü turizm faaliyetlerine katılımcı arayan kurum ve kuruluşların katılım eğilimi ve motivasyonları yüksek olan bölgelerde çalışmalarını yapmaları daha doğru ve isabetli olacaktır.

Araştırma sonuçlarında dikkat çekici bir durum ise kamuda çalışanların katılım eğilimlerinin ve motivasyonlarının, özel sektörde çalışanlara göre daha yüksek olmasıdır. Bu durumun, özel sektör çalışanlarının yoğun ve stres altında çalıştıklarından ve gönüllü turizm faaliyetlerine zaman ayıramadıklarından kaynaklandığı düşünülmektedir. Dolayısı ile potansiyel gönüllü turistler kamu çalışanlarıdır. Özel sektör çalışanlarının gönüllü turizm faaliyetlerine katılmaları konusunda teşvik edilmeleri gerekmektedir.

Araştırma sonuçları çerçevesinde, gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri ve motivasyonları ile katılımcıların gelir düzeyleri arasındaki ilişkiye bakıldığında gelir yükseldikçe gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri ve motivasyonları artmaktadır. Bu durumun turistin sahip olması gereken niteliklerden para ile

örtüştüğü görülmektedir. Bu bağlamda gönüllü turizm faaliyetlerine katılacak potansiyel turistlerin orta ve üst düzey gelire sahip olduğu söylenebilir. Ayrıca bölgeler arası gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri ve motivasyonların farklılaşmasının bölgede yaşayan insanların farklı gelir düzeylerinden kaynaklanabileceği düşünülmektedir.

Araştırma sonuçlarına göre kendini geliştirme ve kendini gerçekleştirme boyutları gönüllü turizme yönelik katılım eğilimlerinin önemli açıklayıcılarıdır. Katılımcıların özellikle farklı insanları, kültürleri, bölgeleri tanımak ve onlar hakkında yeni şeyler öğrenmek gibi motivasyon faktörleri ile gönüllü turizm faaliyetlerine katılım eğilimi gösterdikleri görülmektedir. Ayrıca seyahat etmek ve maceracı olmak gönüllü turizme yönelik katılım eğilimlerini pozitif yönde etkileyen motivasyon faktörleridir. Başkalarına yardım etmek, anlamlı bir şeyler yapmak ve topluma karşı sorumlulukları yerine getirmek ile ilgili fedakârlık boyutu katılım eğilimlerini negatif yönde etkilemektedir. Wearing (2001)'e göre gönüllü turizm, maddi yoksulluğa yardım etme, toplum ve çevre ile ilgili konularda çaba sarf etmek gibi fedakârlık içeren hususlar ile ilgilidir. Fedakârlık boyutunun gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri üzerinde negatif yönde etkisinin sebebi demografik değişkenlerin (yaş, çalışma durumu, gelir vd.) etkisinden kaynaklandığı söylenebilir.

Alternatif turizm türleri içinde yer alan gönüllü turizm faaliyetlerinin organizasyonun yapılması ve uygulanması aşamasında çeşitli kurum ve kuruluşların desteğine ihtiyaç duyulmaktadır. Dünya'da gönüllü turizm faaliyetleri düzenleyen kuruluşlarda görüldüğü gibi benzer yapılanmaların ve organizasyonların Türkiye'de kurulması gerekmektedir. Araştırma sonuçlarına göre, Türkiye'de gönüllü turizm açısından önemli bir potansiyel turist kitlesi olmasına karşın, gönüllü turizm faaliyetlerinin sayıca oldukça yetersiz olduğu görülmektedir. Bu bağlamda kamu kurumların, yerel yönetimlerin ve sivil toplum kuruluşların gönüllü turizm faaliyetlerine yönelmesi gerekmektedir.

Araştırma sonuçları çerçevesinde elde edilen motivasyon boyutları doğrultusunda Türkiye'de yaşayanların gönüllü turizm faaliyetlerine katılmaları konusunda teşvik edilmelerinin önemli olduğu söylenebilir. Ayrıca Türkiye'de yaşayan insanlar gönüllü turizm faaliyetleri hakkında bilgilendirilmeli, gönüllü turizmin önemi hakkında farkındalık yaratılmalı ve gerekli imkânlar sağlanmalıdır.

Bu bağlamda çeşitli gönüllük projeleri kurum ve kuruluşlar tarafından hazırlanarak önemli bir potansiyele sahip Türkiye’de yaşayan insanlara sunulmalıdır. Bu projelerden birisi gönüllü turizm ağı kurularak bütün paydaşları yer alması ile oluşturulabilir.

Gönüllülük ile ilgili Türkiye’de birçok kuruluş olduğundan bahsedilmişti. Ancak bu kuruluşların gönüllü katılımcı envanteri hakkında herhangi bir bilgiye ulaşılammıştır. Sivil toplum örgütlerinin gönüllü katılımcılar ile ilgili bilgileri kayıt altına alması önem arz etmektedir. Bunun da ötesinde gönüllü turizm ağları kurularak gönüllü turist envanteri bağlamında bir bilgi havuzu oluşturulabilir. İleriki Zamanda yapılacak gönüllülük ya da gönüllü turizm faaliyetlerinde veya projelerinde bu bilgi havuzundan yararlanılabilir.

Araştırma sonuçlarına göre, Türkiye’de gönüllü turizm faaliyetlerinin ulusal ve uluslararası ölçekte yeteri kadar yapılmadığı düşünülmektedir. Bu durumun gönüllü turizmin yeni bir kavram olması, gönüllü turizm bilincinin olmaması ve toplumun gelir seviyesinin düşük olmasından kaynaklandığı söylenebilir. Türkiye’de bölgeler arasında sosyo-ekonomik dengesizliğin giderilmesi konusunda gönüllü turizmin önemli etkileri olacağı düşünülmektedir. Bu bağlamda kamu kurumlarının öncülüğünde çeşitli kuruluşlar ile birlikte gönüllü turizm faaliyetleri planlanmalı ve organize edilmelidir.

Gönüllü turizm, alanında profesyonel gönüllü turistler aracılığı ile ihtiyaç sahibi yerel halkın eğitim, sağlık, çevre gibi konularda eksiklerini gidermek amacı ile yürütülen alternatif turizm türüdür. Türkiye’de potansiyel gönüllü turistlerin gönüllü turizm faaliyetlerine katılımlarının sağlanması ihtiyaç sahibi halkın sosyo-ekonomik açıdan gelişmesine katkı sağlarken aynı zamanda gönüllü turistlerin özellikle manevi ihtiyaçlarını gidermesine yardımcı olacaktır. Bu nedenle Türkiye’de gönüllü turizm faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi ile kazan-kazan modelinde olduğu gibi hem yöre halkının hem de gönüllü turistlerin önemli kazançlar elde edeceği düşünülmektedir.

Bu araştırma, nicel araştırma yöntemi esas alınarak gerçekleştirilmiştir. Ancak, sonraki araştırmalarda, nitel araştırma yöntemlerinin kullanılması ve gönüllü turizm faaliyeti düzenleyebilecek kurum ve kuruluşların gönüllü turizm hakkındaki görüşlerinin tespit edilmesi ile konunun derinlemesine incelenmesi açısından önemli sonuçlar ortaya koyabilecektir.

İleriki araştırmalarda, bu konunun hem gönüllü turistlerin hem de gönüllü turizm faaliyeti düzenleyen kuruluşların gönüllü turizme yönelik beklenti ve algıları açısından değerlendirilmesinin turizm literatürüne önemli bir katkı yapacağı düşünölmektedir.

Ayrıca bundan sonraki araştırmalarda, gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri ve motivasyonlar ile birlikte gönüllü turistlerin gönüllü turizme yönelik beklenti ve algılarının ölçölmesi, gönüllü turistlerin gönüllü turizme katılım nedenlerinin belirlenmesi veya gönüllü turizme katılımları ile ilgili engellerin belirlenmesi konularının değerlendirilmesi gönüllü turizm literatürünün gelişmesine yarar sağlayabilecektir.



KAYNAKÇA

- africanimpact.com, (2018). <https://www.africanimpact.com/about-us/why-african-impact/>, Erişim Tarihi: 02.12.2018.
- Agyeiwaah, E., Akyeampong, O., Amenumey, E. ve Boakye, K. A., (2014). Accommodation Preference Among International Volunteer Tourists in The Kumasi Metropolis of Ghana, *Tourism Management Perspectives*, 10, 7-10.
- Akoğlan, M. ve Bahçe, A. S., (2009). Özel İlgi Turizmi, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Albayrak, A., (2013). Alternatif Turizm, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Alexander, Z., (2012). The Impact of A Volunteer Tourism Experience, in South Africa, on The Tourist: The Influence of Age, Gender, Project Type and Length of Stay, *Tourism Management Perspectives*, 4, 119-126.
- Alvarado-Sizzo, I., Frejomil, E. P. ve Crispín, Á. S., (2017). Religious Tourism in Southern Mexico: Regional Scopes of The Festival of The Immaculate Conception, *Geoforum*, 83, 14-25.
- amigosinternational.org, (2018). <https://amigosinternational.org/impact-of-amigos/>, Erişim Tarihi: 02.12.2018.
- Ar, H. ve Çelik Uğuz, S., (2014), Sürdürülebilir Turizm Çerçevesinde Gönüllü Turizmi ve Permakültür İlişkisi: Permakültür Çiftik ve Köy Uygulamaları, VII. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi, 04-05 Nisan 2014, Kuşadası, Aydın, 222-232.
- Ashley, C. ve Roe, D., (2001). Pro-Poor Tourism Strategies: Making Tourism Work for The Poor: A Review of Experience, 1, Nottingham: IIED.
- Ateş, H. ve Nohutçu, A., (2006). Kamu Hizmeti Sunumunda Gönüllü Kuruluşlar ve Devlet, Selçuk Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 6 (11), 245-276.
- Aydın, O., (2012). AB’de Kırsal Turizmde İlk 5 Ülke ve Türkiye’de Kırsal Turizm, KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 14 (23), 39-46.
- Bailey, A. W. ve Russell, K. C., (2012). Volunteer Tourism: Powerful Programs or Predisposed Participants?, *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 19 (1), 123-132.
- Bang, H. ve Ross, S. D., (2009). Volunteer Motivation and Satisfaction, *Journal of Venue and Event Management*, 1 (1), 61-77.
- Barbieri, C., Santos, C. A. ve Katsube, Y., (2012). Volunteer Tourism: On-The-Ground Observations From Rwanda, *Tourism Management*, 33 (3), 509-516.
- Bayat, B., (2015). Uygulamalı Sosyal Bilim Araştırmalarında Ölçme, Ölçekler ve “Likert” Ölçek Kurma Tekniği, Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 16 (3), 1-24.
- Baydar, M. L., Gül, H. ve Akçıl, A., (2007). Bilimsel Araştırmanın Temel İlkeleri, Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Mühendislik Mimarlık Fakültesi Yayınevi.
- Bayık, M. ve Gürbüz, S., (2016). Ölçek Uyarlamada Metodoloji Sorunu: Yönetim ve Örgüt Alanında Uyarlanan Ölçekler Üzerinden Bir Araştırma, *İş ve İnsan Dergisi*, 3 (1), 1-20.
- Bektaş, F., (2010). Kaçkar Havzası Trekking Parkurlarının Spor Turizmi Bakımından Değerlendirilmesi, Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

- Benson, A., (2007). Research Tourism Professional Travel for Useful Discoveries, (Editör: Novelli, M.) Niche Tourism: Contemporary Issues, Trends and Cases, UK, Wallington: Routledge, p. 133-143.
- Benson, A. M. ve Seibert, N., (2009). Volunteer Tourism: Motivations of German Participants in South Africa, *Annals of Leisure Research*, 12 (3-4), 295-314.
- Benson, A. M. ve Wearing, S., (2012). Volunteer Tourism: Commodified Trend or New Phenomenon?, (Editör: Moufakkir, O. ve Burns, P. M.) Controversies in Tourism, UK, London: CABI Publishing, p. 242-258.
- Black, T. R., (1999). *Doing Quantitative Research in the Social Sciences: An Integrated Approach to Research Design, Measurement and Statistics*, UK, London: Sage Publications.
- Bremen, L. A., (2015). Volunteer Tourism: A Critical Explorative Analysis from The Tour Operators' Perspective, Master Thesis, Mid-Sweden University.
- Brightsmith, D. J., Stronza, A. ve Holle, K., (2008). Ecotourism, Conservation Biology, and Volunteer Tourism: A Mutually Beneficial Triumvirate, *Biological Conservation*, 141 (11), 2832-2842.
- Brown, S., (2005). Travelling With A Purpose: Understanding The Motives and Benefits of Volunteer Vacationers, *Current Issues In Tourism*, 8 (6), 479-496.
- Büyüköztürk, Ş., (2002). Faktör Analizi: Temel Kavramlar ve Ölçek Geliştirmede Kullanımı, *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 32, 470-483.
- Büyüköztürk, Ş., (2005). Anket Geliştirme, *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 3 (2), 133-151.
- Büyüköztürk, Ş., (2018). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı*, Ankara: Pegem Yayıncılık.
- Callanan, M. ve Thomas, S., (2005). Volunteer Tourism, (Editör: Novelli, M.) Niche Tourism, UK, Wallington: Routledge, p. 183-200.
- Campbell, L. M. ve Smith, C., (2006). What Makes Them Pay? Values of Volunteer Tourists Working for Sea Turtle Conservation, *Environmental Management*, 38 (1), 84-98.
- catalinaconservancy.org, (2018).
https://www.catalinaconservancy.org/index.php?s=about&p=about_cic,
 Erişim Tarihi: 03.12.2018.
- CBI, (2018). What Are The Opportunities for Religious Tourism from Europe?,
<https://www.cbi.eu/market-information/tourism/religious-tourism/>,
 03.11.2018.
- Cheallaigh, N., Martina, E., Doets, C., Hake, B. J. ve Westerhuis, A., (2002). Lifelong Learning in the Netherlands: The Extent to Which Vocational Education and Training Policy Is Nurturing Lifelong Learning in The Netherlands. CEDEFOP Panorama Series, Greece, Thessaloniki: ERIC.
- Chen, L.-J. ve Chen, J. S., (2011). The Motivations and Expectations of International Volunteer Tourists: A Case Study of "Chinese Village Traditions", *Tourism Management*, 32 (2), 435-442.
- Cnaan, R. A. ve Goldberg-Glen, R. S., (1991). Measuring Motivation to Volunteer in Human Services, *The Journal of Applied Behavioral Science*, 27 (3), 269-284.
- Coghlan, A., (2006). Volunteer Tourism As An Emerging Trend ar An Expansion of Ecotourism? A Look at Potential Clients' Perceptions of Volunteer Tourism

- Organisations, *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 11 (3), 225-237.
- Coghlan, A., (2007). Towards An Integrated Image-Based Typology of Volunteer Tourism Organisations, *Journal of Sustainable Tourism*, 15 (3), 267-287.
- Coghlan, A. ve Fennell, D., (2009). Myth or Substance: An Examination of Altruism As The Basis of Volunteer Tourism, *Annals of Leisure Research*, 12 (3-4), 377-402.
- Cohen, E., (1987). "Alternative Tourism"—A Critique, *Tourism Recreation Research*, 12 (2), 13-18.
- Cohen, R. ve Kennedy, P., (2000). *Global Sociology*, England, Hampshire: Palgrave Macmillan Publisihing.
- Conran, M., (2011). They Really Love Me!: Intimacy in Volunteer Tourism, *Annals of Tourism Research*, 38 (4), 1454-1473.
- Creswell, J. W., (1996). *Research Design, Qualitative and Quantitative Approach*, Thousand Oaks: Sage Publications.
- crossculturalsolutions.org, (2018). <https://www.crossculturalsolutions.org/about>, Erişim Tarihi: 06.12.2018.
- Çağlı, I. B., (2012). Türkiye'de Yerel Kültürün Turizm Odaklı Kalkınmadaki Rolü: Gastronomi Turizmi Örneği, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Çakıcı, C., (2009). Toplantı Yönetimi: Kongre, Konferans Seminer ve Fuar Organizasyonları, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Çapık, C., (2014). Geçerlik ve Güvenirlilik Çalışmalarında Doğrulamalı Faktör Analizinin Kullanımı, *Anadolu Hemşirelik ve Sağlık Bilimleri Dergisi*, 17 (3), 196-205.
- Çelik, N., (2012). Anova Modellerinde Çarpık Dağılımlar Kullanılarak Dayanıklı İstatistiksel Sonuç Çıkarımı ve Uygulamaları, Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Çerezci, E. T., (2010). Yapısal Eşitlik Modelleri ve Kullanılan Uyum İyiliği İndekslerinin Karşılaştırılması, Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Çokluk, O., Şekercioglu, G. ve Büyüköztürk, Ş., (2012). *Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli Spss ve Lisrel Uygulamaları*, Ankara: Pegem Yayıncılık.
- Doğan, O., (2013). Araştırma Konularının Seçimi, (Editör: Kaya, Z. ve Şahin, M.) *Araştırma Yöntemleri ve Teknikleri*, Konya: Eğitim Kitabevi, s. 13-28.
- DPT, (2003). İllerin ve Bölgelerin Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması Araştırması, http://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2018/11/İllerin_sosyo-ekonomik_gelistismislik_siralamasi_arastirmasi_2003-%E2%80%8B.pdf, Erişim Tarihi: 15.11.2018.
- Dwyer, P. C., Bono, J. E., Snyder, M., Nov, O. ve Berson, Y., (2013). Sources of Volunteer Motivation: Transformational Leadership and Personal Motives Influence Volunteer Outcomes, *Nonprofit Management and Leadership*, 24 (2), 181-205.
- Dykhuys, C., (2010). Youth As Voluntourists: A Case Study of Youth Volunteering in Guatemala, *Undercurrent*, 7 (3), 15-24.

- earthwatch.org, (2018). <https://earthwatch.org/About/Earthwatch-Outcomes>, Erişim Tarihi: 05.12.2018.
- Ellis, C., (2003). Participatory Environmental Research in Tourism: A Global View, *Tourism Recreation Research*, 28 (3), 45-55.
- Ercan, İ. ve Kan, İ., (2004). Ölçeklerde Güvenirlik ve Geçerlik, *Uludağ Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi*, 30 (3), 211-216.
- Ergün, G. ve Aktaş, S., (2009). ANOVA Modellerinde Kareler Toplamı Yöntemlerinin Karşılaştırılması, *Kafkas Üniversitesi, Veteriner Fakültesi Dergisi*, 15 (3), 481-484.
- Esmond, J. ve Dunlop, P., (2004). Developing The Volunteer Motivation Inventory to Assess The Underlying Motivational Drives of Volunteers in Western Australia, CLAN WA Inc., Australia.
- Farrell, J. M., Johnston, M. E. ve Twynam, G. D., (1998). Volunteer Motivation, Satisfaction, and Management at An Elite Sporting Competition, *Journal of Sport Management*, 12 (4), 288-300.
- Field, A., (2005). *Discovering Statistics Using SPSS*, London: SAGE Publications.
- frontier.ac., (2018). <https://frontier.ac.uk/About-Us/Research/Research.aspx>, Erişim Tarihi: 04.12.2018.
- Gallarza, M. G., Arteaga, F. ve Gil-Saura, I., (2013). The Value of Volunteering in Special Events: A Longitudinal Study, *Annals of Tourism Research*, 40, 105-131.
- Garrison, H. A., (2015). A Critical Analysis of Volunteer Tourism and The Implications for Developing Communities, Bachelor of Arts, Western Kentucky University.
- Gazley, B., (2001). Volunteer Vacationers and What Research Can Tell Us About Them, *The Electronic Journal of The Volunteerism Community*, 1 (2).
- Greenpeace, (2018). <http://www.greenpeace.org/turkey/tr/about/faq/>, Erişim Tarihi: 14.12.2018.
- GHR, (2016). Global Buyers Survey, https://medicaltourismassociation.com/userfiles/files/GLOBAL_BUYERS_REPORT_BRIEF.pdf, Erişim Tarihi: 31.11.2018.
- Giannoulakis, C., Wang, C.-H. ve Gray, D., (2007). Measuring Volunteer Motivation in Mega-Sporting Events, *Event Management*, 11 (4), 191-200.
- Gilmour, J. ve Saunders, D. A., (1996). Earthwatch: An International Network in Support of Research on Nature Conservation, (Editör: Beatty, S.) *Nature Conservation 4: The Role of Networks*, NSW: Chipping Norton, p. 627-633.
- Godfrey, K. B., (1998). Attitudes Towards 'Sustainable Tourism' in The UK: A View from Local Government, *Tourism Management*, 19 (3), 213-224.
- Goodwin, H. ve Francis, J., (2003). Ethical and Responsible Tourism: Consumer Trends in the UK, *Journal of Vacation Marketing*, 9 (3), 271-284.
- Govender, M. ve Rogerson, C. M., (2010). Volunteer Tourism: An Emerging Element of Youth Travel in Africa, *Commonwealth Youth and Development*, 8 (1), 3-19.
- Gray, N. J. ve Campbell, L. M., (2007). A Decommodified Experience? Exploring Aesthetic, Economic and Ethical Values for Volunteer Ecotourism in Costa Rica, *Journal of Sustainable Tourism*, 15 (5), 463-482.

- Griffin, K. ve Raj, R., (2017). The Importance of Religious Tourism and Pilgrimage: Reflecting on Definitions, Motives and Data, *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 5 (3), Article 2.
- Grimm, K. E. ve Needham, M. D., (2012). Internet Promotional Material and Conservation Volunteer Tourist Motivations: A Case Study of Selecting Organizations and Projects, *Tourism Management Perspectives*, 1, 17-27.
- GSM, (2013). Türkiye’de Gönüllülük: Gönüllülüğün Rolünün ve Katkılarının Keşfedilmesi, <http://www.tr.undp.org/content/dam/turkey/docs/Publications/mdgs/Turkiyedegonulluluk.pdf>, Erişim Tarihi: 11.12.2018.
- GWI, (2017). The Global Wellness Industry, <https://globalwellnessinstitute.org/press-room/statistics-and-facts/>, 29.11.2018.
- Hacıoğlu, N. ve Avcıkurt, C., (2008). Turistik Ürün Çeşitlendirmesi, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Hall, C. M. ve Mitchell, R. D., (2000). We Are What We Eat, *Tourism Culture & Communication*, 2 (1), 29-37.
- Hall, C. M. ve Mitchell, R. D., (2001). Wine and Food Tourism, (Editör: Hall, C. M.) *Food Tourism Around The World*, p. 307-329.
- Haloburdo, E. P. ve Thompson, M. A., (1998). A Comparison of International Learning Experiences for Baccalaureate Nursing Students: Developed and Developing Countries, *Journal of Nursing Education*, 37 (1), 13-21.
- Halpenny, E. A. ve Caissie, L. T., (2003). Volunteering on Nature Conservation Projects: Volunteer Experience, Attitudes and Values, *Tourism Recreation Research*, 28 (3), 25-33.
- Harlow, A., (2016). History of Voluntourism, *Stowaway Magazine*, <http://stowawaymag.com/2016/10/03/history-of-voluntourism/>, Erişim Tarihi: 25.12.2018.
- Hempel, C. G., (1966). *Philosophy of Natural Science* Prentice-Hall Englewood Cliffs, New Jersey, Englewood Cliffs: Prentice-Hall.
- Holmes, K. ve Smith, K., (2012). *Managing Volunteers in Tourism*, UK: Oxford: Routledge.
- ICCA, (2018). ICCA Statistics Report, <https://www.iccaworld.org/dcps/doc.cfm?docid=2241>, Erişim Tarihi: 29.11.2018.
- İlbay, B., (2014). Gönüllü ve Gençlik Turizminin Birlikte Ele Alınması: Eskişehir’e Yönelik Bir Öneri, Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- jatunsacha.org, (2018). <https://www.jatunsacha.org/jatun-sacha-biological-reserve/#activities-jatun-sacha>, Erişim Tarihi: 04.12.2018.
- Jones, A., (1992). Is There A Real ‘Alternative’ Tourism, *Tourism Management*, 13 (1), 102-103.
- Karasar, N., (2011). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*, Ankara: Nobel Yayınevi.
- Kaya, Z. ve Şahin, M., (2013). *Araştırma Yöntem ve Teknikleri*, Konya: Eğitim Kitabevi.
- Kaynak, İ. H. ve Sezgin, M., (2008). İnanç Turizmi Kapsamında Dinlerde Seyahat, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler MYO Dergisi*, 10 (1-2), 349-360.

- Kayri, M., (2009). Araştırmalarda Gruplar Arası Farkın Belirlenmesine Yönelik Çoklu Karşılaştırma (Post-Hoc) Teknikleri, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 19 (1), 51-64.
- Keese, J. R., (2011). The Geography of Volunteer Tourism: Place Matters, Tourism Geographies, 13 (2), 257-279.
- Kılıç, B. ve Kurnaz, A., (2010). Alternatif Turizm ve Ürün Çeşitliliği Oluştırmada Ekolojik Çiftlikler: Pastoral Vadi Örneği, İşletme Araştırmaları Dergisi, 2 (4), 39-56.
- Kılıç, S., (2016). Cronbach's Alpha Reliability Coefficient, Journal of Mood Disorders, 6 (1), 47-48.
- Kitney, S., Stanway, A. ve Ryan, M. M., (2018). Volunteer Tourism Motivations of The Marine Conservation Cambodia Project, Current Issues in Tourism, 21 (10), 1091-1096.
- Kivela, J. ve Crotts, J. C., (2006). Tourism and Gastronomy: Gastronomy's Influence on How Tourists Experience A Destination, Journal of Hospitality & Tourism Research, 30 (3), 354-377.
- Kızılay, (2018). Gönüllülük İle İlgili Bilgiler, <http://www.duzcekizilay.org.tr/detay.asp?id=22>, Erişim Tarihi: 02.11.2018.
- KODA, (2018). <https://www.kodegisim.org/gonullu-destek-agi-detay>, Erişim Tarihi: 15.12.2018.
- Kontogeorgopoulos, N., (2017). Finding Oneself While Discovering Others: An Existential Perspective on Volunteer Tourism in Thailand, Annals of Tourism Research, 65, 1-12.
- Köklü, N., Büyüköztürk, ř. ve Çokluk, Ö., (2007). Sosyal Bilimler İçin İstatistik, Ankara: PEGEM Yayıncılık.
- Koroğlu, Ö., (2011). İş Doyumu ve Motivasyon Düzeylerini Etkileyen Faktörlerin Performansla İlişkisi: Turist Rehberleri Üzerine Bir Araştırma, Doktora Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Köse, E., (2010). Bilimsel Araştırma Modelleri, (Editör: Kıncal, R. Y.) Bilimsel Araştırma Yöntemleri, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım, s.99-123
- kultur.gov.tr, (2018). Turizm Geliri, <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR-201116/turizm-gelirleri-ve-giderleri.html>, Erişim Tarihi: 22.11.2018.
- Lascrain, H. C., (1987). The Future of Ecotourism, Mexico Journal, 13-14.
- Lee, S. J., (2011). Volunteer Tourists' Intended Participation: Using The Revised Theory of Planned Behavior, Doctor of Philosophy, Virginia State University, Blacksburg, Virginia.
- Leonard, R. ve Onyx, J., (2011). Volunteer Tourism: The Interests and Motivations of Grey Nomads, Annals of Leisure Research, 12 (3-4), 315-332.
- Lo, A. S. ve Lee, C. Y., (2011). Motivations and Perceived Value of Volunteer Tourists from Hong Kong, Tourism Management, 32 (2), 326-334.
- Lunt, N., Smith, R. ve Exworthy, M., (2011). Medical Tourism: Treatments, Markets and Health System Implications: A Scoping Review, Paris: Organisation for Economic Co-operation and Development.
- Lyons, K., Hanley, J., Wearing, S. ve Neil, J., (2012). Gap Year Volunteer Tourism: Myths of Global Citizenship?, Annals of Tourism Research, 39 (1), 361-378.
- Lyons, K. D. ve Wearing, S., (2008). Journeys of Discovery in Volunteer Tourism: International Case Study Perspectives, Australia: CABI Publisihing.

- Marta, E., Guglielmetti, C. ve Pozzi, M., (2006). Volunteerism During Young Adulthood: An Italian Investigation into Motivational Patterns, *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 17 (3), 221-232.
- maximonivel.com, (2018). <https://maximonivel.com/about-us/>, Erişim Tarihi: 03.12.2018.
- McCallin, J., 2001. Charity Management: The Issues Explained, *Guardian*, <https://www.theguardian.com/society/2001/mar/20/charities.charitymanagement1>, Erişim Tarihi: 05.12.2018.
- McGehee, N. G., (2002). Alternative Tourism and Social Movements, *Annals of Tourism Research*, 29 (1), 124-143.
- McGehee, N. G. ve Santos, C. A., (2005). Social Change, Discourse and Volunteer Tourism, *Annals of Tourism Research*, 32 (3), 760-779.
- McGehee, N. G., (2012). Oppression, Emancipation, and Volunteer Tourism: Research Propositions, *Annals of Tourism Research*, 39 (1), 84-107.
- McGehee, N. G., (2014). Volunteer Tourism: Evolution, Issues and Futures, *Journal of Sustainable Tourism*, 22 (6), 847-854.
- McIntosh, A. J. ve Zahra, A., (2007). A Cultural Encounter Through Volunteer Tourism: Towards The Ideals of Sustainable Tourism?, *Journal of Sustainable Tourism*, 15 (5), 541-556.
- McMillon, B., Cutchins, D. ve Geissinger, A., (2006). *Volunteer Vacations*, Chicago: Chicago Review Press.
- McMillon, B., Cutchins, D. ve Geissinger, A., (2009). *Volunteer Vacations: Short-Term Adventures That Will Benefit You and Others*, USA, Chicago: Chicago Review Press.
- McMillon, B., Cutchins, D. ve Geissinger, A., (2012). *Volunteer Vacations: Short-Term Adventures That Will Benefit You and Others*, USA, Chicago: Chicago Review Press.
- Mieczkowski, Z. (1995). *Environmental issues of tourism and recreation*. Maryland: University Press of America.
- Miller, D. E. ve Kunce, J. T., (1973). Prediction and Statistical Overkill Revisited, *Measurement and Evaluation in Guidance*, 6 (3), 157-163.
- Mısırlı, İ., (2018). *Seyahat Acentacılığı ve Tur Operatörlüğü*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Mostafanezhad, M., (2013). The Politics of Aesthetics in Volunteer Tourism, *Annals of Tourism Research*, 43, 150-169.
- msf.org, (2018). <https://www.msf.org/>, Erişim Tarihi: 24.12.2018.
- Mueller, H. ve Kaufmann, E. L., (2001). Wellness Tourism: Market Analysis of A Special Health Tourism Segment and Implications for The Hotel Industry, *Journal of Vacation Marketing*, 7 (1), 5-17.
- Mustonen, P., (2006). Volunteer Tourism: Postmodern Pilgrimage?, *Journal of Tourism and Cultural Change*, 3 (3), 160-177.
- Nacar, D. ve Kayış, A., (2013). *Araştırma Sonuçlarını Değerlendirme*, (Editör: Kaya, Z. ve Şahin, M.) *Araştırma Yöntemleri ve Teknikleri*, Konya: Eğitim Kitabevi, s. 67-105.
- Olimpia, M. C., (2011). Forms of Youth Travel, *Young Economists Journal/Revista Tinerilor Economisti*, 9 (17), 118-122.

- Oriade, A. ve Evans, M., (2011). Sustainable and Alternative Tourism, Research Themes for Tourism, 69-86.
- Otoo, F. E., (2014). Constraints of International Volunteering: A Study of Volunteer Tourists to Ghana, Tourism Management Perspectives, 12, 15-22.
- Otoo, F. E. ve Amuquandoh, F. E., (2014). An Exploration of The Motivations for Volunteering: A Study of International Volunteer Tourists to Ghana, Tourism Management Perspectives, 11, 51-57.
- outdoors.org, (2018). <https://www.outdoors.org/about/mission>, Erişim Tarihi: 22.12.2018.
- Özoğlu, S. Ç., (1992). Davranış Bilimlerinde Anket: Bilgi Toplama Aracının Geliştirilmesi, Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi, 25 (2), 321-339.
- Park, J. H., (2018). Cultural Implications of International Volunteer Tourism: Us Students' Experiences in Cameroon, Tourism Geographies, 20 (1), 144-162.
- pcta.org, (2018), <https://www.pcta.org/about-us/our-mission-vision-and-values/#top>, Erişim Tarihi: 05.12.2018.
- Polus, R. C. ve Bidder, C., (2016). Volunteer Tourists' Motivation and Satisfaction: A Case of Batu Puteh Village Kinabatangan Borneo, Procedia-Social and Behavioral Sciences, 224, 308-316.
- Prince, S. ve Ioannides, D., (2017). Contextualizing The Complexities of Managing Alternative Tourism at The Community-Level: A Case Study of A Nordic Eco-Village, Tourism Management, 60, 348-356.
- projects-abroad.co, (2018). <https://www.projects-abroad.co.uk/volunteer-abroad/>, Erişim Tarihi: 07.12.2018.
- Qi, H., Smith, K. A. ve Yeoman, I., (2018). Cross-Cultural Event Volunteering: Challenge and Intelligence, Tourism Management, 69, 596-604.
- Raymond, E. M. ve Hall, C. M., (2008). The Development of Cross-Cultural (Mis) Understanding Through Volunteer Tourism, Journal of Sustainable Tourism, 16 (5), 530-543.
- restlessdevelopment.org, (2018). <http://restlessdevelopment.org/our-values>, Erişim Tarihi: 05.12.2018.
- Roques, K. G., Jacobson, S. K. ve McCleery, R. A., (2018). Assessing Contributions of Volunteer Tourism to Ecosystem Research and Conservation in Southern Africa, Ecosystem Services, 30 (Part C), 382-390.
- Ross, S., (2001). Developing Sports Tourism. An eGuide for Destination Marketers and Sports Events Planners, National Laboratory for Tourism and eCommerce, 1-22.
- Ryan, C., (2002). Tourism and Cultural Proximity: Examples from New Zealand, Annals of Tourism Research, 29 (4), 952-971.
- Scheyvens, R., (2002). Tourism for Development: Empowering Communities, UK, Harlow: Pearson Education Limited.
- Sevinç, H. ve Azgün, S., (2012). Bölgesel Kalkınma ve İnanç Turizmi Bağlamında Akdamar Kilisesi Örneği, Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi (2), 17-21.
- Sherraden, M. S., Lough, B. ve McBride, A. M., (2008). Effects of International Volunteering and Service: Individual and Institutional Predictors, Voluntas:

- International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations, 19 (4), 395-421.
- Simons, L. ve Cleary, B., (2005). Student and Community Perceptions of The “Value Added” for Service-Learners, *Journal of Experiential Education*, 28 (2), 164-188.
- Simpson, K., (2004). ‘Doing Development’: The Gap Year, Volunteer-Tourists and A Popular Practice of Development, *Journal of International Development: The Journal of the Development Studies Association*, 16 (5), 681-692.
- Sin, H. L., (2009). Volunteer Tourism—“Involve Me and I Will Learn”?, *Annals of Tourism Research*, 36 (3), 480-501.
- Sin, H. L., (2010). Who Are We Responsible To? Locals’ Tales of Volunteer Tourism, *Geoforum*, 41 (6), 983-992.
- Singh, T. V., (2002). Altruistic Tourism: Another Shade of Sustainable Tourism. The Case of Kanda Community, *Tourism (Zagreb)*, 50 (4), 361-370.
- Snyder, J., Dharamsi, S. ve Crooks, V. A., (2011). Fly-By Medical Care: Conceptualizing The Global and Local Social Responsibilities of Medical Tourists and Physician Voluntourists, *Globalization and Health*, 7 (1), 6.
- Sosyalben, (2018). <http://www.sosyalbenakademi.com/dil/tr/page/hizmetler/>, Erişim Tarihi: 18.12.2018.
- Stainton, H., (2016). A Segmented Volunteer Tourism Industry, *Annals of Tourism Research*, 61, 256-258.
- Steers, R. M., Mowday, R. T. ve Shapiro, D. L., (2004). The Future of Work Motivation Theory, *Academy of Management Review*, 29 (3), 379-387.
- Strzelecka, M., Nisbett, G. S. ve Woosnam, K. M., (2017). The Hedonic Nature of Conservation Volunteer Travel, *Tourism Management*, 63, 417-425.
- Suhr, D. D., (2006). Exploratory or Confirmatory Factor Analysis?, In: Cary: SAS Institute, 200-231.
- Sujarittanonta, L., (2014). Voluntourism Product Development and Wildlife Conservation for Thailand, *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 6 (1), 40-50.
- Şahin, Ç., (2010). Verilerin Analizi, (Editör: Kıncal, R. Y.) Bilimsel Araştırma Yöntemleri: Ankara: Nobel Yayın Dağıtım, s. 181-217.
- TATUTA, (2018). <http://www.tatuta.org/?p=301&pg=10&lang=tr#tatuta>, Erişim Tarihi: 11.12.2018.
- tcv.org., (2018). <https://www.tcv.org.uk/volunteering>, Erişim Tarihi: 02.12.2018.
- TEGV, (2018). <https://tegv.org/gonullu/gonullu-ol-mutlu-gonulluler-ulkesine-katil/>, Erişim Tarihi: 15.12.2018.
- TEMA, (2018). Gönüllülük, http://www.tema.org.tr/web_14966-2_1/neuralnetwork.aspx?type=22#, Erişim Tarihi: 15.12.2018.
- Terry, W., (2014). Solving Labor Problems and Building Capacity in Sustainable Agriculture Through Volunteer Tourism, *Annals of Tourism Research*, 49, 94-107.
- TEV. (2018). Gönüllülük, <http://www.tev.org.tr/gonulluluk/default/GONULLULUK/88/0/0>, Erişim Tarihi: 13.12.2018.

- Thomas, S. ve Callanan, M., (2007). Volunteer Tourism–Deconstructing Volunteer Activities Within A Dynamic Environment, (Editör: Novelli, M.) Niche Tourism, UK, London: Routledge, p. 192-209.
- TOG, (2018). <https://www.tog.org.tr/hakkimizda/>, Erişim tarihi: 16.12.2018.
- TÜİK, (2018). Turizm İstihdam Verileri, <https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?kn=72&locale=tr> Erişim Tarihi: 20.11.2018
- TÜİK, (2019). Türkiye Nüfusu, <https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?kn=95&locale=tr>, Erişim Tarihi: 10.01.2019.
- Turhan, M., (1994). Kültür Değişimleri: Sosyal Psikoloji Bakımından Bir Tetkik, Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Vakfı, No: 16.
- TURSAB, (2018). Turizmin Ekonomideki Yeri, <https://www.tursab.org.tr/tr/turizm-verileri/istatistikler/turizmin-ekonomideki-yeri/gsmh-icinindeki-payi-1963-79.html>, Erişim Tarihi: 25.11.2018.
- Türnüklü, A., (2001). Eğitim Bilim Alanında Aynı Araştırma Sorusunu Yanıtlamak İçin Farklı Araştırma Tekniklerinin Birlikte Kullanılması, Eğitim ve Bilim, 26 (120), 8-13.
- Twynam, G. D., Farrell, J. M. ve Johnston, M. E., (2002). Leisure and Volunteer Motivation at A Special Sporting Event, Leisure/Loisir, 27 (3-4), 363-377.
- UNWTO, (2008). Understanding Tourism: Basic Glossary, <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/glossaryenrev.pdf>, Erişim Tarihi: 20.11.2018.
- UNWTO, (2019). UNWTO World Tourism Barometer and Statistical Annex, <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/wtobarometereng.2019.17.1.1>, Erişim Tarihi: 15.01.2019
- Uriely, N., Reichel, A. ve Ron, A., (2003). Volunteering in Tourism: Additional Thinking, Tourism Recreation Research, 28 (3), 57-62.
- volunteerhq.org, (2018). <https://www.volunteerhq.org/volunteer-abroad-programs/>, Erişim Tarihi: 06.12.2018.
- Wearing, S., (2001). Volunteer Tourism: Experiences That Make A Difference, UK, Wallingford: CABI Publishing.
- Wearing, S., (2002). Re-Centring The Self in Volunteer Tourism, (Editör: Dann, G. M. S.) The Tourist As A Metaphor of The Social World, UK, Wallingford: CABI Publishing, p. 237-262.
- Wearing, S., McDonald, M. ve Ponting, J., (2005). Building A Decommodified Research Paradigm in Tourism: The Contribution of NGOs, Journal of Sustainable Tourism, 13 (5), 424-439.
- Wearing, S., Deville, A. ve Lyons, K., (2008). The Volunteer's Journey Through Leisure into The Self, (Editör: Lyons, K. D. ve Wearing, S.) Journeys of Discovery in Volunteer Tourism, UK, Wallingford: CABI Publishing, p. 63-71.
- Wearing, S. ve McGehee, N. G., (2013). Volunteer Tourism: A Review, Tourism Management, 38, 120-130.
- Weaver, D. B., (2006). Sustainable Tourism: Theory and Practice, London: Routledge.
- Wickens, E., (2002). The Sacred and The Profane: A Tourist Typology, Annals of Tourism Research, 29 (3), 834-851.

- Wikipedia, (2019). [https://tr.wikipedia.org/wiki/Serbestlik_derecesi_\(istatistik\)](https://tr.wikipedia.org/wiki/Serbestlik_derecesi_(istatistik)), Erişim Tarihi: 04.01.2019.
- Wong, J., Newton, J. D. ve Newton, F. J., (2014). Effects of Power and Individual-Level Cultural Orientation on Preferences for Volunteer Tourism, *Tourism Management*, 42, 132-140.
- worldteach.org, (2018). <https://worldteach.org/about/about-us/>, Erişim Tarihi: 03.12.2018.
- woof.net, (2018). <https://woof.net/>, Erişim Tarihi: 24.12.2018.
- Yaşlıoğlu, M. M., (2017). Sosyal Bilimlerde Faktör Analizi ve Geçerlilik: Keşfedici ve Doğrulamalı Faktör Analizlerinin Kullanılması, *İstanbul Business Research*, 46, 74-85.
- Yates, M. ve Youniss, J., (1998). Community Service and Political Identity Development in Adolescence, *Journal of Social Issues*, 54 (3), 495-512.
- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S., (2004). SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yeşil, R., (2010). Nicel ve Nitel Araştırma Yöntemleri, (Editör: Kıncal, R. Y.) *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım, s. 49-77.
- Yılmaz, G., (2015). Turizm Destinasyonlarında Restoran Biçimleşmeleri Üzerine Nitel Bir Araştırma: Kapadokya Örneği, Yüksek Lisans tezi, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Yurtseven, H. R., Erkul, H. ve Morkoç, D. K., (2013). Örneklerle Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntem ve Teknikleri, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Zarandian, N., Shalbafian, A., Ryan, C. ve Bidokhti, A. A., (2016). Islamic Pro-Poor and Volunteer Tourism—The Impacts on Tourists: A Case Study of Shabake Talayedaran Jihad, Teheran—A Research Note, *Tourism Management Perspectives*, 19, 165-169.

EKLER

EK-1 Anket Formu

Sayın Katılımcı;

Bu anket, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde devam etmekte olduğum Turizm işletmeciliği doktora programı kapsamında, Doç. Dr. Ceyhun Çağlar KILINÇ danışmanlığında yürütülmekte olan doktora tezinin araştırma kısmını oluşturmaktadır.

Bu anket çalışmasının temel amacı; **insanların tatillerini, yardıma muhtaç kişilere yardım etme, tarihi ve kültürel yerlerin yenilenmesi ve onarımını sağlama, toplum ve çevre ile ilgili yararlı faaliyetlerde bulunma çerçevesinde gerçekleştirdikleri gönüllü turizme yönelik katılım eğilimlerini ve katılmaya iten sebepleri ortaya koymaktır.** Çalışmadan elde edilecek veriler doğrultusunda gönüllü turizmin Türkiye'deki durumu ve uygulanabilirliği hakkında bir değerlendirme yapılacak ve çeşitli öneriler sunulacaktır.

Araştırmanın geçerlilik ve güvenilirliğini sağlaması için tüm soruları kendi bakış açınızdan cevaplamanız son derece önemli olduğundan, lütfen anketteki soruları "size göre nasıl" ise o şekilde yanıtlayınız.

İstatistikî açıdan boş veya eksik doldurulan anketler değerlendirme dışı sayılacağından, lütfen tüm soruları yanıtlamaya çalışınız.

Bu çalışmanın başarılı olması için anket sorularını içtenlikle cevaplamanız büyük önem taşımaktadır. Vereceğiniz yanıtlar yalnızca bilimsel bir çalışmanın veri tabanını oluşturmak amacıyla kullanılacak ve **kesinlikle gizli tutulacağından**, lütfen isim yazmayınız. Değerli katılımınızla bilimsel bir çalışmaya sağlayacağınız destek için şimdiden teşekkür ederim.

Abdullah TARINÇ
abdullah_tarinc@hotmail.com

I. Lütfen, aşağıdaki tabloda yer alan kişisel bilgilerinizi eksiksiz olarak doldurunuz.

Cinsiyetiniz	1() Kadın	2() Erkek
Yaşınız		
İkamet ettiğiniz il		
Medeni durumunuz	1() Evli	2() Bekâr
Çocuğunuz varsa sayısı		
Mesleğiniz		
Eğitim durumunuz	1() İlkokul 4() Önlisans	2() Ortaokul 5() Lisans 3() Lise 6() Lisansüstü
Ailenizin aylık toplam geliri	TL	
Gelecekte gönüllük faaliyetine katılmak ister misiniz?	1() Evet	2() Hayır

I. Gönüllü turizmi deneyimine katılım durumunuzu ifade eden kutuyu işaretleyiniz.	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Tarafsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1- Gönüllü turizm deneyimine katılmak ilgimi çekmektedir.	1	2	3	4	5
2- Gönüllü turizm deneyimine katılmayı isterim.	1	2	3	4	5
3- Gönüllü turizm deneyimine katılmayı düşünürüm.	1	2	3	4	5
4- Başkalarını gönüllü turizm deneyimine katılımları konusunda teşvik ederim.	1	2	3	4	5
5- Başkalarına gönüllü turizm deneyimine katılımlarını tavsiye ederim.	1	2	3	4	5

	II. Gelecekte "Gönüllü Turizme" katılımınız ile ilgili her bir ifade için ne kadar önem taşıdığını işaretleyiniz.	Hiç Önemli Değil	Önemli Değil	Ne Önemli Ne Önemli	Önemli	Çok Önemli
KENDİNİ GELİŞTİRME	1- Yerel halk ile tanışmak	1	2	3	4	5
	2- Farklı kültürlerden insanlarla bir arada bulunmak	1	2	3	4	5
	3- Yeni şeyler öğrenmek	1	2	3	4	5
	4- Diğer insanlar hakkında bilgi edinmek	1	2	3	4	5
	5- Diğer gönüllü turistlerle ilişkiler geliştirmek	1	2	3	4	5
	6- Maceracı olmak	1	2	3	4	5
FEDAKÂRLIK	7- Toplumda farklılık yaratmak	1	2	3	4	5
	8- Topluma karşı sorumluluklarımı yerine getirmek	1	2	3	4	5
	9- Başkalarına yardım etmek	1	2	3	4	5
	10- Anlamlı bir şey yapmak	1	2	3	4	5
	11- Seyahat sevgisi ile toplumsal sorumluluk duygusunu birleştirmek	1	2	3	4	5
	12- Huzur ortamını yaşamak	1	2	3	4	5
KENDİNİ GERÇEKLEŞTİRME	13- Seyahat etmek	1	2	3	4	5
	14- İyi vakit geçirmek	1	2	3	4	5
	15- Gidilen yer hakkında bilgimi geliştirmek	1	2	3	4	5

	II. Gelecekte “Gönüllü Turizme” katılımınız ile ilgili her bir ifade için ne kadar önem taşıdığını işaretleyiniz.	Hiç Önemli Değil	Önemli Değil	Ne Önemli Ne Önemli	Önemli	Çok Önemli
	16- Kişisel kariyerimi geliştirmek	1	2	3	4	5
	17- Kişisel ilgi alanlarımı geliştirmek	1	2	3	4	5
KAÇIŞ	18- Günlük stresten uzak olmak	1	2	3	4	5
	19- Yeni ve farklı bir şey yapmak	1	2	3	4	5
	20- Nadir bir fırsatın içinde yer almak	1	2	3	4	5
	21- Günlük rutinden uzak kalmak	1	2	3	4	5
DEĞERLER	22- Kişisel değerler hakkında düşünmek	1	2	3	4	5
	23- Bir görevin zorluklarını deneyimlemek	1	2	3	4	5
	24- Misyonunu desteklediğim bir kurumla çalışmak	1	2	3	4	5
ÖZERKLİK	25- Bağımsız olmak	1	2	3	4	5
	26- Bir hayalimi gerçekleştirmek	1	2	3	4	5
	27- Yöresel kültürü derinlemesine tanımak	1	2	3	4	5
İLİŞKİ	28- Aile ilişkilerimi güçlendirmek	1	2	3	4	5
	29- Arkadaşlık ilişkilerimi güçlendirmek	1	2	3	4	5
	30- Gönüllü turizm ile çocuklarıma eğitim ortamı sunmak	1	2	3	4	5

Zaman Ayırdığınız İçin Teşekkür Ederim.

Ek-2 Ölçek Uyarlama Uzman Görüş Formları

SAYIN UZMAN,

Gönüllü turizm, insanların tatillerini, yardıma muhtaç kişilere yardım etme, tarihi ve kültürel yerlerin yenilenmesi ve onarımını sağlama, toplum ve çevre ile ilgili yararlı faaliyetlerde bulunma çerçevesinde gerçekleştirdikleri alternatif turizm türüdür. İnsanların gönüllü turizme yönelik katılım eğilimlerini ve motivasyonlarının ölçülebilmesi için orijinali İngilizce olan aşağıdaki ölçeği, çeşitli kaynaklardan yararlanılarak ve dil uzmanları tarafından dilimize tercüme edilmiştir. Tercüme edilen maddelerin gönüllü turizme yönelik katılım eğilimlerinin ve motivasyonlarının alt boyutlarını ölçmek için uygun olup olmadığına ilişkin görüşlerinize ihtiyaç duyulmaktadır. Çalışmaya değerli görüş ve önerilerinizle getireceğiniz katkılardan dolayı çok teşekkürler.

İletişim Bilgileri:

Selçuk Üniversitesi Akşehir Meslek Yüksekokulu
05301705202 tarinc@selcuk.edu.tr

Abdullah TARINÇ
Doktora Tez Öğrencisi

AÇIKLAMA: Araştırmamızda kullanmayı hedeflediğimiz gönüllü turizm ölçeği, Lee (2011)'nin 'Volunteer Tourists' Intended Participation: Using the Revised Theory of Planned Behavior' adlı çalışmasından alınmıştır. Ölçekte, katılım eğilimleri ile ilgili beş ifade ve motivasyonlar; kendini geliştirme (self-development), fedakârlık (altruism), kendini geliştirme (self-fulfillment), kaçış (escape), değerler (values), özerlik (autonomy), ilişki (relationship) olarak yedi boyut ve 30 ifadeden oluşmaktadır.

KATILIM EĞİLİMLERİ: Ölçekte İnsanların gönüllü turizm faaliyetlerine katılımı ile ilgili düşüncelerini ve durumlarını tespit etmek için beş ifade oluşturulmuştur.

Tercüme edilen ifadelerin "katılım eğilimlerini" ölçmek için uygun olup olmadığına ilişkin görüşlerinizi lütfen aşağıdaki tablo üzerinde belirtiniz.

Katılım Eğilimlerine Ait İfadeler (Türkçe ve İngilizce)	Uygun	Kısmen Uygun	Uygun Değil	Önerileriniz
M1. Gönüllü turizm deneyimine katılmak ilgimi çekmektedir. <i>I am interested in participating in a volunteer tourism experience.</i>	()	(X)	()	
M2. Gönüllü turizm deneyimine katılmayı isterim. <i>I want to participate in a volunteer tourism experience.</i>	()	(X)	()	
M3. Gönüllü turizm deneyimine katılmayı düşünürüm. <i>I intend to participate in a volunteer tourism experience.</i>	(X)	()	()	
M4. Başkalarını gönüllü turizm deneyimine katılımları konusunda teşvik ederim. <i>I will encourage others to participate in a volunteer tourism</i>	()	()	(X)	
M5. Başkalarına gönüllü turizm deneyimine katılımlarını tavsiye ederim. <i>I will recommend participation in a volunteer tourism experience to others</i>	()	(X)	()	

MOTİVASYON BOYUTLARI

KENDİNİ GELİŞTİRME BOYUTU: İnsanların turizm faaliyetlerine katılımı ile kendilerine sağladıkları katkıları ölçmeye yönelik altı ifadeden oluşmaktadır.

Tercüme edilen ifadelerin “kendini geliştirme” boyutunu ölçmek için uygun olup olmadığına ilişkin görüşlerinizi lütfen aşağıdaki tablo üzerinde belirtiniz.

Kendini Geliştirme Boyutuna Ait İfadeler (Türkçe ve İngilizce)	Uygun	Kısmen Uygun	Uygun Değil	Önerileriniz
Kendini geliştirme Self-development	()	(X)	()	
M1. Yerel halk ile tanışmak to meet the local people	(X)	()	()	
M2. Farklı kültürlerden insanlarla bir arada bulunmak to be with people from different cultures	(X)	()	()	
M3. Yeni şeyler öğrenmek to learn new things	(X)	()	()	
M4. Diğer insanlar hakkında bilgi edinmek to learn about other people	(X)	()	()	
M5. Diğer gönüllü turistlerle ilişkiler geliştirmek to develop a relationship with other volunteer tourists	()	(X)	()	
M6. Maceracı olmak to be adventurous	()	(X)	()	

FEDAKÂRLIK BOYUTU: Gönüllü turizm faaliyetine katılan turistlerin yardıma muhtaç insanlara yönelik katkılarını ölçmeye yönelik altı ifadeden oluşmaktadır.

Tercüme edilen ifadelerin “fedakârlık” boyutunu ölçmek için uygun olup olmadığına ilişkin görüşlerinizi lütfen aşağıdaki tablo üzerinde belirtiniz.

Fedakârlık Boyutuna Ait Maddeler (Türkçe ve İngilizce)	Uygun	Kısmen Uygun	Uygun Değil	Önerileriniz
Fedakârlık Altruism	(X)	()	()	
M1. Toplumda farklılık yaratmak to make a difference	(X)	()	()	
M2. Topluma karşı sorumluluklarımı yerine getirmek to give something back	(X)	()	()	
M3. Başkalarına yardım etmek to help others	(X)	()	()	
M4. Anlamlı bir şey yapmak to do something meaningful	()	(X)	()	
M5. Seyahat sevgisi ile toplumsal sorumluluk duygusunu birleştirmek to combine a love of travel with a desire to give back	(X)	()	()	
M6. Barış ortamını yaşamak to experience peace	(X)	()	()	

KENDİNİ GERÇEKLEŞTİRME BOYUTU: Gönüllü turistlerin gönüllü turizm faaliyetlerine katılmaları ile kendileri adına gerçekleştirmek istedikleri durumlar ölçekte beş ifade ile temsil edilmektedir.

Tercüme edilen ifadelerin “kendini gerçekleştirme” boyutunu ölçmek için uygun olup olmadığına ilişkin görüşlerinizi lütfen aşağıdaki tablo üzerinde belirtiniz.

Kendini Gerçekleştirme Boyutuna Ait Maddeler (Türkçe ve İngilizce)	Uygun	Kısmen Uygun	Uygun Değil	Önerileriniz
Kendini Gerçekleştirme <i>Self-fulfillment</i>	(X)	(...)	(...)	
M1. Seyahat etmek <i>to travel</i>	(X)	(...)	(...)	
M2. İyi vakit geçirmek <i>to have a good time</i>	(X)	(...)	(...)	
M3. Gidilen yer hakkında bilgimi geliştirmek <i>to develop my knowledge of the destination</i>	(X)	(...)	(...)	
M4. Kişisel kariyerimi geliştirmek <i>to develop my career</i>	(...)	(X)	(...)	
M5. Kişisel ilgi alanlarımı geliştirmek <i>to develop my personal interests</i>	(X)	(...)	(...)	

KAÇIŞ BOYUTU: İnsanların gönüllü turizme katılımı ile günlük yaşam faaliyetleri, monotonluk ve stres gibi durumlardan uzaklaşmasının ölçülmesi ile ilgili dört ifade bulunmaktadır.

Tercüme edilen ifadelerin “kaçış” boyutunu ölçmek için uygun olup olmadığına ilişkin görüşlerinizi lütfen aşağıdaki tablo üzerinde belirtiniz.

Kaçış Boyutuna Ait İfadeler (Türkçe ve İngilizce)	Uygun	Kısmen Uygun	Uygun Değil	Önerileriniz
Kaçış <i>Escape</i>	(...)	(X)	(...)	
M1. Günlük stresten uzak olmak <i>to be away from everyday stress</i>	(X)	(...)	(...)	
M2. Yeni ve farklı bir şey yapmak <i>to do something new and different</i>	(X)	(...)	(...)	
M3. Nadir bir fırsatın içinde yer almak <i>to take part in a rare opportunity</i>	(...)	(X)	(...)	
M4. Günlük rutinden uzak kalmak <i>to be away from daily routine</i>	(X)	(...)	(...)	

DEĞERLER BOYUTU: Gönüllü turistlerin değerler hakkından düşüncelerini ölçülmesi ile ilgili üç ifade bulunmaktadır.

Tercüme edilen ifadelerin “değerler” boyutunu ölçmek için uygun olup olmadığına ilişkin görüşlerinizi lütfen aşağıdaki tablo üzerinde belirtiniz.

Değerler Boyutuna Ait İfadeler (Türkçe ve İngilizce)	Uygun	Kısmen Uygun	Uygun Değil	Önerileriniz
--	-------	--------------	-------------	--------------

Değerler Values	(X)	(...)	(...)	
M1. Kişisel değerler hakkında düşünmek <i>to think about personal values</i>	(X)	(...)	(...)	
M2. Bir görevin zorluklarını deneyimlemek <i>to experience the challenge of the task</i>	(...)	(X)	(...)	
M3. Misyonunu desteklediğim bir kurumla çalışmak <i>to work with an organization whose mission I support</i>	(X)	(...)	(...)	

ÖZERKLİK BOYUTU: Özerklik, bir kişinin, bir topluluğun kendi uyacağı yasayı kendisinin koyması anlamına gelmektedir ve ölçekte insanların gönüllü turizm faaliyetlerinde kendi isteklerinin ölçülmesi ile ilgili üç ifade bulunmaktadır.

Tercüme edilen ifadelerin “özerklik” boyutunu ölçmek için uygun olup olmadığına ilişkin görüşlerinizi lütfen aşağıdaki tablo üzerinde belirtiniz.

Özerlik Boyutuna Ait İfadeler (Türkçe ve İngilizce)	Uygun	Kısmen Uygun	Uygun Değil	Önerileriniz
Özerklik Autonomy	(X)	(...)	(...)	
M1. Bağımsız olmak <i>to be independent</i>	(X)	(...)	(...)	
M2. Bir hayalimi gerçekleştirmek <i>to fulfill a dream</i>	(...)	(X)	(...)	
M3. Yerel kültürü derinlemesine tanımak <i>to become immersed in the local culture</i>	(X)	(...)	(...)	

İLİŞKİ BOYUTU: Gönüllü turizm faaliyetlerine katılan insanların çevresi ile etkileşiminin ölçülmesine yönelik üç ifade bulunmaktadır.

Tercüme edilen ifadelerin “ilişki” boyutunu ölçmek için uygun olup olmadığına ilişkin görüşlerinizi lütfen aşağıdaki tablo üzerinde belirtiniz.

İlişki Boyutuna Ait İfadeler (Türkçe ve İngilizce)	Uygun	Kısmen Uygun	Uygun Değil	Önerileriniz
İlişki Relationship	(X)	(...)	(...)	
M1. Aile ilişkilerimi güçlendirmek <i>to strengthen my family relationship</i>	(...)	(X)	(...)	
M2. Arkadaşlık ilişkilerimi güçlendirmek <i>to strengthen my relationships with friends</i>	(...)	(X)	(...)	
M3. Gönüllü turizm çocuklarımı eğitmek için bir fırsattır <i>to have an opportunity to educate my children</i>	(...)	(X)	(...)	

Ölçeğin yeterliliği ve anlaşılabilirliği ile ilgili aşağıdaki tabloda yer alan soruları lütfen cevaplandırınız, gerekirse önerilerinizi belirtiniz.

Sorular	Evet	Kısmen	Hayır	Önerileriniz
Bu ölçek insanların gönüllü turizme yönelik katılım eğilimlerini ve motivasyonlarının ölçmek için yeterli midir?	(X)	()	()	

Ölçek maddeleri yeterince açık ve anlaşılır mı?	(X)	()	()	
Ölçekte yanlış yorumlanabilecek kelime ya da ifade var mı?	()	()	(X)	

Değerlendiren Uzmanın Unvanı, Adı Soyadı, İmzası: Prof. Dr. E. Ö.

(Faint, large, stylized watermark text, possibly reading "XK")

SAYIN UZMAN,

Gönüllü turizm, insanların tatillerini, yardıma muhtaç kişilere yardım etme, tarihi ve kültürel yerlerin yenilenmesi ve onarımını sağlama, toplum ve çevre ile ilgili yararlı faaliyetlerde bulunma çerçevesinde gerçekleştirdikleri alternatif turizm türüdür. İnsanların gönüllü turizme yönelik katılım eğilimlerini ve motivasyonlarının ölçülebilmesi için orijinali İngilizce olan aşağıdaki ölçeği, çeşitli kaynaklardan yararlanılarak ve dil uzmanları tarafından dilimize tercüme edilmiştir. Tercüme edilen maddelerin gönüllü turizme yönelik katılım eğilimlerinin ve motivasyonlarının alt boyutlarını ölçmek için uygun olup olmadığına ilişkin görüşlerinize ihtiyaç duyulmaktadır. Çalışmaya değerli görüş ve önerilerinizle getireceğiniz katkılardan dolayı çok teşekkürler.

İletişim Bilgileri:

Selçuk Üniversitesi Akşehir Meslek Yüksekokulu
05301705202 tarinc@selcuk.edu.tr

Abdullah TARINÇ
Doktora Tez Öğrencisi

ACIKLAMA: Araştırmamızda kullanmayı hedeflediğimiz gönüllü turizm ölçeği, Lee (2011)'nin 'Volunteer Tourists' Intended Participation: Using the Revised Theory of Planned Behavior' adlı çalışmasından alınmıştır. Ölçekte, katılım eğilimleri ile ilgili beş ifade ve motivasyonlar; kendini geliştirme (self-development), fedakârlık (altruism), kendini geliştirme (self-fulfillment), kaçış (escape), değerler (values), özerlik (autonomy), ilişki (relationship) olarak yedi boyut ve 30 ifadeden oluşmaktadır.

KATILIM EĞİLİMLERİ: Ölçekte İnsanların gönüllü turizm faaliyetlerine katılımı ile ilgili düşüncelerini ve durumlarını tespit etmek için beş ifade oluşturulmuştur.

Tercüme edilen ifadelerin "katılım eğilimlerini" ölçmek için uygun olup olmadığına ilişkin görüşlerinizi lütfen aşağıdaki tablo üzerinde belirtiniz.

Katılım Eğilimlerine Ait İfadeler (Türkçe ve İngilizce)	Uygun	Kısmen Uygun	Uygun Değil	Önerileriniz
M1. Gönüllü turizm deneyimine katılmak ilgimi çekmektedir. <i>I am interested in participating in a Volunteer Tourism experience.</i>	(X)	()	()	
M2. Gönüllü turizm deneyimine katılmayı isterim. <i>I want to participate in a Volunteer Tourism experience.</i>	(X)	()	()	
M3. Gönüllü turizm deneyimine katılmayı düşünürüm. <i>I intend to participate in a Volunteer Tourism experience.</i>	(X)	()	()	
M4. Başkalarını gönüllü turizm deneyimine katılımları konusunda teşvik ederim. <i>I will encourage others to participate in a Volunteer tourism</i>	(X)	()	()	
M5. Başkalarına gönüllü turizm deneyimine katılımlarını tavsiye ederim. <i>I will recommend participation in a Volunteer Tourism experience to others</i>	(X)	()	()	

MOTİVASYON BOYUTLARI

KENDİNİ GELİŞTİRME BOYUTU: İnsanların turizm faaliyetlerine katılımı ile kendilerine sağladıkları katkıları ölçmeye yönelik altı ifadeden oluşmaktadır.

Tercüme edilen ifadelerin “kendini geliştirme” boyutunu ölçmek için uygun olup olmadığına ilişkin görüşlerinizi lütfen aşağıdaki tablo üzerinde belirtiniz.

Kendini Geliştirme Boyutuna Ait İfadeler (Türkçe ve İngilizce)	Uygun	Kısmen Uygun	Uygun Değil	Önerileriniz
Kendini geliştirme Self-development	(X)	()	()	
M1. Yerel halk ile tanışmak to meet the local people	(X)	()	()	
M2. Farklı kültürlerden insanlarla bir arada bulunmak to be with people from different cultures	(X)	()	()	
M3. Yeni şeyler öğrenmek to learn new things	(X)	()	()	
M4. Diğer insanlar hakkında bilgi edinmek to learn about other people	(X)	()	()	
M5. Diğer gönüllü turistlerle ilişkiler geliştirmek to develop a relationship with other volunteer tourists	(X)	()	()	
M6. Maceracı olmak to be adventurous	(X)	()	()	

FEDAKÂRLIK BOYUTU: Gönüllü turizm faaliyetine katılan turistlerin yardıma muhtaç insanlara yönelik katkılarını ölçmeye yönelik altı ifadeden oluşmaktadır.

Tercüme edilen ifadelerin “fedakârlık” boyutunu ölçmek için uygun olup olmadığına ilişkin görüşlerinizi lütfen aşağıdaki tablo üzerinde belirtiniz.

Fedakârlık Boyutuna Ait Maddeler (Türkçe ve İngilizce)	Uygun	Kısmen Uygun	Uygun Değil	Önerileriniz
Fedakârlık Altruism	(X)	()	()	
M1. Toplumda farklılık yaratmak to make a difference	(X)	()	()	
M2. Topluma karşı sorumluluklarını yerine getirmek to give something back	(X)	()	()	
M3. Başkalarına yardım etmek to help others	(X)	()	()	
M4. Anlamlı bir şey yapmak to do something meaningful	(X)	()	()	
M5. Seyahat sevgisi ile toplumsal sorumluluk duygusunu birleştirmek to combine a love of travel with a desire to give back	(X)	()	()	
M6. Barış ortamını yaşamak to experience peace	(X)	()	()	

KENDİNİ GERÇEKLEŞTİRME BOYUTU: Gönüllü turistlerin gönüllü turizm faaliyetlerine katılmaları ile kendileri adına gerçekleştirmek istedikleri durumlar ölçekte beş ifade ile temsil edilmektedir.

Tercüme edilen ifadelerin “kendini gerçekleştirme” boyutunu ölçmek için uygun olup olmadığına ilişkin görüşlerinizi lütfen aşağıdaki tablo üzerinde belirtiniz.

Kendini Gerçekleştirme Boyutuna Ait Maddeler (Türkçe ve İngilizce)	Uygun	Kısmen Uygun	Uygun Değil	Önerileriniz
Kendini Gerçekleştirme <i>Self-fulfillment</i>	(X)	()	()	
M1. Seyahat etmek <i>to travel</i>	(X)	()	()	
M2. İyi vakit geçirmek <i>to have a good time</i>	(X)	()	()	
M3. Gidilen yer hakkında bilgimi geliştirmek <i>to develop my knowledge of the destination</i>	(X)	()	()	
M4. Kişisel kariyerimi geliştirmek <i>to develop my career</i>	(X)	()	()	
M5. Kişisel ilgi alanlarımı geliştirmek <i>to develop my personal interests</i>	(X)	()	()	

KAÇIŞ BOYUTU: İnsanların gönüllü turizme katılımı ile günlük yaşam faaliyetleri, monotonluk ve stres gibi durumlardan uzaklaşmasının ölçülmesi ile ilgili dört ifade bulunmaktadır.

Tercüme edilen ifadelerin “kaçış” boyutunu ölçmek için uygun olup olmadığına ilişkin görüşlerinizi lütfen aşağıdaki tablo üzerinde belirtiniz.

Kaçış Boyutuna Ait İfadeler (Türkçe ve İngilizce)	Uygun	Kısmen Uygun	Uygun Değil	Önerileriniz
Kaçış <i>Escape</i>	(X)	()	()	
M1. Günlük stresten uzak olmak <i>to be away from everyday stress</i>	(X)	()	()	
M2. Yeni ve farklı bir şey yapmak <i>to do something new and different</i>	(X)	()	()	
M3. Nadir bir fırsatın içinde yer almak <i>to take part in a rare opportunity</i>	(X)	()	()	
M4. Günlük rutinden uzak kalmak <i>to be away from daily routine</i>	(X)	()	()	

DEĞERLER BOYUTU: Gönüllü turistlerin değerler hakkından düşüncelerini ölçülmesi ile ilgili üç ifade bulunmaktadır.

Tercüme edilen ifadelerin “değerler” boyutunu ölçmek için uygun olup olmadığına ilişkin görüşlerinizi lütfen aşağıdaki tablo üzerinde belirtiniz.

Değerler Boyutuna Ait İfadeler (Türkçe ve İngilizce)	Uygun	Kısmen Uygun	Uygun Değil	Önerileriniz
Değerler Values	(X)	()	()	
M1. Kişisel değerler hakkında düşünmek to think about personal values	(X)	()	()	
M2. Bir görevin zorluklarını deneyimlemek to experience the challenge of the task	(X)	()	()	
M3. Misyonunu desteklediğim bir kurumla çalışmak to work with an organization whose mission I support	(X)	()	()	

ÖZERKLİK BOYUTU: Özerklik, bir kişinin, bir topluluğun kendi uyacağı yasayı kendisinin koyması anlamına gelmektedir ve ölçekte insanların gönüllü turizm faaliyetlerinde kendi isteklerinin ölçülmesi ile ilgili üç ifade bulunmaktadır.

Tercüme edilen ifadelerin “özerklik” boyutunu ölçmek için uygun olup olmadığına ilişkin görüşlerinizi lütfen aşağıdaki tablo üzerinde belirtiniz.

Özerlik Boyutuna Ait İfadeler (Türkçe ve İngilizce)	Uygun	Kısmen Uygun	Uygun Değil	Önerileriniz
Özerklik Autonomy	(X)	()	()	
M1. Bağımsız olmak to be independent	(X)	()	()	
M2. Bir hayalimi gerçekleştirmek to fulfill a dream	(X)	()	()	
M3. Yerel kültürü derinlemesine tanımak to become immersed in the local culture	(X)	()	()	

İLİŞKİ BOYUTU: Gönüllü turizm faaliyetlerine katılan insanların çevresi ile etkileşiminin ölçülmesine yönelik üç ifade bulunmaktadır.

Tercüme edilen ifadelerin “ilişki” boyutunu ölçmek için uygun olup olmadığına ilişkin görüşlerinizi lütfen aşağıdaki tablo üzerinde belirtiniz.

İlişki Boyutuna Ait İfadeler (Türkçe ve İngilizce)	Uygun	Kısmen Uygun	Uygun Değil	Önerileriniz
İlişki Relationship	(X)	()	()	
M1. Aile ilişkilerimi güçlendirmek to strengthen my family relationship	(X)	()	()	
M2. Arkadaşlık ilişkilerimi güçlendirmek to strengthen my relationships with friends	(X)	()	()	
M3. Gönüllü turizm çocuklarımı eğitmek için bir fırsattır to have an opportunity to educate my children	(X)	()	()	

Ölçeğin yeterliliği ve anlaşılabilirliği ile ilgili aşağıdaki tabloda yer alan soruları lütfen cevaplandırınız, gerekirse önerilerinizi belirtiniz.

Sorular	Evet Kısmen Hayır Önerileriniz		
Bu ölçek insanların gönüllü turizme yönelik katılım eğilimlerini ve motivasyonlarının ölçmek için yeterli midir?	(X)	()	()
Ölçek maddeleri yeterince açık ve anlaşılır mı?	(X)	()	()
Ölçekte yanlış yorumlanabilecek kelime ya da ifade var mı?	()	()	(X)

Değerlendiren Uzmanın Unvanı, Adı Soyadı, İmzası: Prof. Dr. S. B.

(Faint watermark text: "X" and "K" repeated diagonally)

SAYIN UZMAN,

Gönüllü turizm, insanların tatillerini, yardıma muhtaç kişilere yardım etme, tarihi ve kültürel yerlerin yenilenmesi ve onarımını sağlama, toplum ve çevre ile ilgili yararlı faaliyetlerde bulunma çerçevesinde gerçekleştirdikleri alternatif turizm türüdür. İnsanların gönüllü turizme yönelik katılım eğilimlerini ve motivasyonlarının ölçülebilmesi için orijinali İngilizce olan aşağıdaki ölçeği, çeşitli kaynaklardan yararlanılarak ve dil uzmanları tarafından dilimize tercüme edilmiştir. Tercüme edilen maddelerin gönüllü turizme yönelik katılım eğilimlerinin ve motivasyonlarının alt boyutlarını ölçmek için uygun olup olmadığına ilişkin görüşlerinize ihtiyaç duyulmaktadır. Çalışmaya değerli görüş ve önerilerinizle getireceğiniz katkılardan dolayı çok teşekkürler.

İletişim Bilgileri:

Selçuk Üniversitesi Akşehir Meslek Yüksekokulu
05301705202 tarinc@selcuk.edu.tr

Abdullah TARINÇ
Doktora Tez Öğrencisi

ACIKLAMA: Araştırmamızda kullanmayı hedeflediğimiz gönüllü turizm ölçeği, Lee (2011)'nin 'Volunteer Tourists' Intended Participation: Using the Revised Theory of Planned Behavior' adlı çalışmasından alınmıştır. Ölçekte, katılım eğilimleri ile ilgili beş ifade ve motivasyonlar; kendini geliştirme (self-development), fedakarlık (altruism), kendini gerçekleştirme (self-fulfillment), kaçış (escape), değerler (values), özerlik (autonomy), ilişki (relationship) olarak yedi boyut ve 30 ifadeden oluşmaktadır.

KATILIM EĞİLİMLERİ: Ölçekte insanların gönüllü turizm faaliyetlerine katılımı ile ilgili düşüncelerini ve durumlarını tespit etmek için beş ifade oluşturulmuştur.

Tercüme edilen ifadelerin "katılım eğilimlerini" ölçmek için uygun olup olmadığına ilişkin görüşlerinizi lütfen aşağıdaki tablo üzerinde belirtiniz.

Katılım Eğilimlerine Ait İfadeler (Türkçe ve İngilizce)	Uygun	Kısmen Uygun	Uygun Değil	Önerileriniz
M1. Gönüllü turizm deneyimine katılmak ilgimi çekmektedir. I am interested in participating in a volunteer tourism experience.	✓	(...)	(...)	
M2. Gönüllü turizm deneyimine katılmayı isterim. I want to participate in a volunteer tourism experience.	✓	(...)	(...)	
M3. Gönüllü turizm deneyimine katılmayı düşünürüm. I intend to participate in a volunteer tourism experience.	(...)	✓	(...)	
M4. Başkalarını gönüllü turizm deneyimine katılmaları konusunda teşvik ederim. I will encourage others to participate in a volunteer tourism	(...)	✓	(...)	
M5. Başkalarına gönüllü turizm deneyimine katılmalarını tavsiye ederim. I will recommend participation in a volunteer tourism experience to others	(...)	✓	(...)	

MOTİVASYON BOYUTLARI

KENDİNİ GELİŞTİRME BOYUTU: İnsanların turizm faaliyetlerine katılımı ile kendilerine sağladıkları katkıları ölçmeye yönelik altı ifadeden oluşmaktadır.

Tercüme edilen ifadelerin "kendini geliştirme" boyutunu ölçmek için uygun olup olmadığına ilişkin görüşlerinizi lütfen aşağıdaki tablo üzerinde belirtiniz.

Kendini Geliştirme Boyutuna Ait İfadeler (Türkçe ve İngilizce)	Uygun	Kısmen Uygun	Uygun Değil	Önerileriniz
Kendini geliştirme Self-development	✓	(...)	(...)	
M1. Yerel halk ile tanışmak to meet the local people	✓	(...)	(...)	
M2. Farklı kültürlerden insanlarla bir arada bulunmak to be with people from different cultures	✓	(...)	(...)	
M3. Yeni şeyler öğrenmek to learn new things	✓	(...)	(...)	
M4. Diğer insanlar hakkında bilgi edinmek to learn about other people	✓	(...)	(...)	

Kendini Geliştirme Boyutuna Ait İfadeler (Türkçe ve İngilizce)	Uygun	Kısmen Uygun	Uygun Değil	Önerileriniz
M5. Diğer gönüllü turistlerle ilişkiler geliştirmek to develop a relationship with other volunteer tourists	(...)	(...)	(...)	
M6. Maceracı olmak to be adventurous	(...)	(...)	(...)	

FEDAKARLIK BOYUTU: Gönüllü turizm faaliyetine katılan turistlerin yardıma muhtaç insanlara yönelik katkılarını ölçmeye yönelik altı ifadeden oluşmaktadır.

Tercüme edilen ifadelerin "fedakarlık" boyutunu ölçmek için uygun olup olmadığına ilişkin görüşlerinizi lütfen aşağıdaki tablo üzerinde belirtiniz.

Fedakarlık Boyutuna Ait Maddeler (Türkçe ve İngilizce)	Uygun	Kısmen Uygun	Uygun Değil	Önerileriniz
Fedakarlık Altruism	(...)	(...)	(...)	
M1. Toplumda farklılık yaratmak to make a difference	(...)	(...)	(...)	
M2. Topluma karşı sorumluluklarını yerine getirmek to give something back	(...)	(...)	(...)	Karşılığını geri vermek
M3. Başkalarına yardım etmek to help others	(...)	(...)	(...)	
M4. Anlamli bir şey yapmak to do something meaningful	(...)	(...)	(...)	Karşılığını geri verme isteği
M5. Seyahat sevgisi ile toplumsal sorumluluk duygusunu birleştirmek to combine a love of travel with a desire to give back	(...)	(...)	(...)	
M6. Barış ortamını yaşamak to experience peace	(...)	(...)	(...)	

KENDİNİ GERÇEKLEŞTİRME BOYUTU: Gönüllü turistlerin gönüllü turizm faaliyetlerine katılmaları ile kendileri adına gerçekleştirmek istedikleri durumlar ölçekte beş ifade ile temsil edilmektedir.

Tercüme edilen ifadelerin "kendini gerçekleştirme" boyutunu ölçmek için uygun olup olmadığına ilişkin görüşlerinizi lütfen aşağıdaki tablo üzerinde belirtiniz.

Kendini Gerçekleştirme Boyutuna Ait Maddeler (Türkçe ve İngilizce)	Uygun	Kısmen Uygun	Uygun Değil	Önerileriniz
Kendini Gerçekleştirme Self-fulfillment	(...)	(...)	(...)	Kişisel tatmin
M1. Seyahat etmek to travel	(...)	(...)	(...)	
M2. İyi vakit geçirmek to have a good time	(...)	(...)	(...)	
M3. Gidilen yer hakkında bilgimi geliştirmek to develop my knowledge of the destination	(...)	(...)	(...)	
M4. Kişisel kariyerimi geliştirmek to develop my career	(...)	(...)	(...)	
M5. Kişisel ilgi alanlarımı geliştirmek to develop my personal interests	(...)	(...)	(...)	

KAÇIŞ BOYUTU: İnsanların gönüllü turizme katılımı ile günlük yaşam faaliyetleri, monotonluk ve stres gibi durumlardan uzaklaşmasının ölçülmesi ile ilgili dört ifade bulunmaktadır.

Tercüme edilen ifadelerin "kaçış" boyutunu ölçmek için uygun olup olmadığına ilişkin görüşlerinizi lütfen aşağıdaki tablo üzerinde belirtiniz.

Kaçış Boyutuna Ait İfadeler (Türkçe ve İngilizce)	Uygun	Kısmen Uygun	Uygun Değil	Önerileriniz
Kaçış Escape	(...)	(...)	(...)	
M1. Günlük stresten uzak olmak to be away from everyday stress	(...)	(...)	(...)	
M2. Yeni ve farklı bir şey yapmak to do something new and different	(...)	(...)	(...)	
M3. Nadir bir fırsatın içinde yer almak to take part in a rare opportunity	(...)	(...)	(...)	
M4. Günlük rutinden uzak kalmak to be away from daily routine	(...)	(...)	(...)	

DEĞERLER BOYUTU: Gönüllü turistlerin değerler hakkında düşüncelerini ölçülmesi ile ilgili üç ifade bulunmaktadır.

Tercüme edilen ifadelerin "değerler" boyutunu ölçmek için uygun olup olmadığına ilişkin görüşlerinizi lütfen aşağıdaki tablo üzerinde belirtiniz.

Değerler Boyutuna Ait İfadeler (Türkçe ve İngilizce)	Uygun	Kısmen Uygun	Uygun Değil	Önerileriniz
Değerler Values	(...)	(...)	(...)	
M1. Kişisel değerler hakkında düşünmek to think about personal values	(...)	(...)	(...)	
M2. Bir görevin zorluklarını deneyimlemek to experience the challenge of the task	(...)	(...)	(...)	
M3. Misyonunu desteklediğim bir kurumla çalışmak to work with an organization whose mission I support	(...)	(...)	(...)	

ÖZERKLİK BOYUTU: Özerklik, bir kişinin, bir topluluğun kendi uyacağı yasayı kendisinin koyması anlamına gelmektedir ve ölçekte insanların gönüllü turizm faaliyetlerinde kendi isteklerinin ölçülmesi ile ilgili üç ifade bulunmaktadır.

Tercüme edilen ifadelerin "özerklik" boyutunu ölçmek için uygun olup olmadığına ilişkin görüşlerinizi lütfen aşağıdaki tablo üzerinde belirtiniz.

Özerklik Boyutuna Ait İfadeler (Türkçe ve İngilizce)	Uygun	Kısmen Uygun	Uygun Değil	Önerileriniz
Özerklik Autonomy	(...)	(...)	(...)	
M1. Bağımsız olmak to be independent	(...)	(...)	(...)	
M2. Bir hayalimi gerçekleştirmek to fulfill a dream	(...)	(...)	(...)	
M3. Yerel kültürü derinlemesine tanımak to become immersed in the local culture	(...)	(...)	(...)	

İLİŞKİ BOYUTU: Gönüllü turizm faaliyetlerine katılan insanların çevresi ile etkileşiminin ölçülmesine yönelik üç ifade bulunmaktadır.

Tercüme edilen ifadelerin "ilişki" boyutunu ölçmek için uygun olup olmadığına ilişkin görüşlerinizi lütfen aşağıdaki tablo üzerinde belirtiniz.

İlişki Boyutuna Ait İfadeler (Türkçe ve İngilizce)	Uygun	Kısmen Uygun	Uygun Değil	Önerileriniz
İlişki Relationship	(...)	(...)	(...)	

M1. Aile ilişkilerimi güçlendirmek to strengthen my family relationship	☒	(...)	(...)
M2. Arkadaşlık ilişkilerimi güçlendirmek to strengthen my relationships with friends	☒	(...)	(...)
M3. Gönüllü turizm çocuklarımı eğitmek için bir fırsattır to have an opportunity to educate my children	☒	(...)	(...)

Ölçeğin yeterliliği ve anlaşılabilirliği ile ilgili aşağıdaki tabloda yer alan soruları lütfen cevaplandırınız, gerekirse önerilerinizi belirtiniz.

Sorular	Evet	Kısmen	Hayır	Önerileriniz
Bu ölçek insanların gönüllü turizme yönelik katılım eğilimlerini ve motivasyonlarının ölçmek için yeterli midir?	☒	(...)	(...)	
Ölçek maddeleri yeterince açık ve anlaşılır mı?	☒	(...)	(...)	
Ölçekte yanlış yorumlanabilecek kelime ya da ifade var mı?	(...)	☒	(...)	

Değerlendiren Uzmanın Unvanı, Adı Soyadı, İmzası:

Ek-3

Sayın Uzman;

Bu anket çalışmasının amacı Türkiye’de yaşayan insanların gönüllü turizm hakkındaki bilgilerini, eğilimlerini ve bakış açılarını öğrenerek mevcut durum hakkında bilgi sahibi olmak ve bu konuda öneriler geliştirmektir. Bu amaç doğrultusunda araştırmanın belirlenen alt problemleri şunlardır:

1. *Türkiye’de yaşayan insanların demografik özellikleri ile gönüllü turizm deneyimine yönelik katılım eğilimleri arasında ilişki ya da etkileşim bulunmakta mıdır?*
2. *Türkiye’de yaşayan insanların demografik özellikleri ile gönüllü turizm faaliyetlerine yönelik motivasyonları arasında ilişki ya da etkileşim bulunmakta mıdır?*
3. *Türkiye’de yaşayan insanların gönüllü turizm deneyimine yönelik katılım eğilimleri ve gelecekte gönüllü turizm deneyimlerine katılımları arasında ilişki ya da etkileşim bulunmakta mıdır?*
4. *Türkiye’de yaşayan insanların gönüllü turizm faaliyetlerine motivasyonları ve gelecekte gönüllü turizm deneyimlerine katılımları arasında ilişki ya da etkileşim bulunmakta mıdır?*
5. *Türkiye’de yaşayan insanların gönüllü turizm deneyimine yönelik katılım eğilimleri ve gönüllü turizm faaliyetlerine yönelik motivasyonları arasında ilişki ya da etkileşim bulunmakta mıdır?*

Araştırmanın veri toplaması aşamasında kullanılmak için bir anket formu hazırlanmıştır. Bu anket formunun *geçerlilik* çalışması için görüş ve önerilerinize gereksinim duyulmaktadır. Bu anket formuna ilişkin aşağıdaki soruları yanıtlamanız ve anket formundaki maddelere ilişkin görüş ve önerilerinizi ilgili maddenin yanına belirtmeniz istenmektedir. Çalışmaya değerli görüş ve önerilerinizle getireceğiniz katkılardan dolayı çok teşekkürler.

Abdullah TARINÇ
Doktora Tez Öğrencisi

	EVET	KISMEN	HAYIR	ÖNERİLERİNİZ
Anket formu araştırmanın amacına uygun mu?	X			
Anket formu belirtilen araştırma sorularına yanıt sağlayabilir mi?	X			
Anket formu araştırmanın evreni için anlaşılır mı?	X			
Anket formunun girişi yeterince açık ve anlaşılır mı?	X			
Anket formundaki maddeler açık ve anlaşılır mı?	X			
Anket formunda birbirinin aynısı ya da aynı anlama gelebilecek madde/maddeler var mı?			X	
Anket formunda yanlış yorumlanabilecek kelime ya da ifade var mı?	X			
Anket formunda birbiriyle çakışan cevap seçeneği ya da seçenekleri var mı?			X	
Anket formunda kişileri yönlendirebilecek ifadeler var mı?			X	
Anketin başlığı anket hakkında bilgi veriyor mu?	X			
Anket formunda her bir bölümün başında yer alan yönergeler açık ve anlaşılır mı?	X			
Anket formunun tasarımı anketi dolduracaklara kullanım kolaylığı sağlıyor mu?	X			

Değerlendiren Uzmanın Unvanı, Adı Soyadı, İmzası: Prof. Dr. E. Ö.

Sayın Uzman;

Bu anket çalışmasının amacı Türkiye’de yaşayan insanların gönüllü turizm hakkındaki bilgilerini, eğilimlerini ve bakış açılarını öğrenerek mevcut durum hakkında bilgi sahibi olmak ve bu konuda öneriler geliştirmektir. Bu amaç doğrultusunda araştırmanın belirlenen alt problemleri şunlardır:

-
6. *Türkiye’de yaşayan insanların demografik özellikleri ile gönüllü turizm deneyimine yönelik katılım eğilimleri arasında ilişki ya da etkileşim bulunmakta mıdır?*
 7. *Türkiye’de yaşayan insanların demografik özellikleri ile gönüllü turizm faaliyetlerine yönelik motivasyonları arasında ilişki ya da etkileşim bulunmakta mıdır?*
 8. *Türkiye’de yaşayan insanların gönüllü turizm deneyimine yönelik katılım eğilimleri ve gelecekte gönüllü turizm deneyimlerine katılımları arasında ilişki ya da etkileşim bulunmakta mıdır?*
 9. *Türkiye’de yaşayan insanların gönüllü turizm faaliyetlerine motivasyonları ve gelecekte gönüllü turizm deneyimlerine katılımları arasında ilişki ya da etkileşim bulunmakta mıdır?*
 10. *Türkiye’de yaşayan insanların gönüllü turizm deneyimine yönelik katılım eğilimleri ve gönüllü turizm faaliyetlerine yönelik motivasyonları arasında ilişki ya da etkileşim bulunmakta mıdır?*
-

Araştırmanın veri toplaması aşamasında kullanılmak için bir anket formu hazırlanmıştır. Bu anket formunun *geçerlilik* çalışması için görüş ve önerilerinize gereksinim duyulmaktadır. Bu anket formuna ilişkin aşağıdaki soruları yanıtlamanız ve anket formundaki maddelere ilişkin görüş ve önerilerinizi ilgili maddenin yanına belirtmeniz istenmektedir. Çalışmaya değerli görüş ve önerilerinizle getireceğiniz katkılardan dolayı çok teşekkürler.

Abdullah TARINÇ
Doktora Tez Öğrencisi

	EVET	KISMEN	HAYIR	ÖNERİLERİNİZ
Anket formu araştırmanın amacına uygun mu?	X			
Anket formu belirtilen araştırma sorularına yanıt sağlayabilir mi?	X			
Anket formu araştırmanın evreni için anlaşılır mı?	X			
Anket formunun girişi yeterince açık ve anlaşılır mı?	X			
Anket formundaki maddeler açık ve anlaşılır mı?	X			
Anket formunda birbirinin aynısı ya da aynı anlama gelebilecek madde/maddeler var mı?		X		Grupta yer alan ilk 3 soru birbirini çağrıştırmakta.
Anket formunda yanlış yorumlanabilecek kelime ya da ifade var mı?			X	
Anket formunda birbiriyle çakışan cevap seçeneği ya da seçenekleri var mı?			X	
Anket formunda kişileri yönlendirebilecek ifadeler var mı?			X	
Anketin başlığı anket hakkında bilgi veriyor mu?	X			
Anket formunda her bir bölümün başında yer alan yönergeler açık ve anlaşılır mı?	X			
Anket formunun tasarımı anketi dolduracaklara kullanım kolaylığı sağlıyor mu?	X			

Sayın Uzman;

Bu anket çalışmasının amacı Türkiye’de yaşayan insanların gönüllü turizm hakkındaki bilgilerini, eğilimlerini ve bakış açılarını öğrenerek mevcut durum hakkında bilgi sahibi olmak ve bu konuda öneriler geliştirmektir. Bu amaç doğrultusunda araştırmanın belirlenen alt problemleri şunlardır:

1. Türkiye’de yaşayan insanların demografik özellikleri ile gönüllü turizm deneyimine yönelik katılım eğilimleri arasında ilişki ya da etkileşim bulunmakta mıdır?
2. Türkiye’de yaşayan insanların demografik özellikleri ile gönüllü turizm faaliyetlerine yönelik motivasyonları arasında ilişki ya da etkileşim bulunmakta mıdır?
3. Türkiye’de yaşayan insanların gönüllü turizm deneyimine yönelik katılım eğilimleri ve gelecekte gönüllü turizm deneyimlerine katılımları arasında ilişki ya da etkileşim bulunmakta mıdır?
4. Türkiye’de yaşayan insanların gönüllü turizm faaliyetlerine motivasyonları ve gelecekte gönüllü turizm deneyimlerine katılımları arasında ilişki ya da etkileşim bulunmakta mıdır?
5. Türkiye’de yaşayan insanların gönüllü turizm deneyimine yönelik katılım eğilimleri ve gönüllü turizm faaliyetlerine yönelik motivasyonları arasında ilişki ya da etkileşim bulunmakta mıdır?

Araştırmanın veri toplaması aşamasında kullanılmak için bir anket formu hazırlanmıştır. Bu anket formunun geçerlilik çalışması için görüş ve önerilerinize gereksinim duyulmaktadır. Bu anket formuna ilişkin aşağıdaki soruları yanıtlamanız ve anket formundaki maddelere ilişkin görüş ve önerilerinizi ilgili maddenin yanına belirtmeniz istenmektedir. Çalışmaya değerli görüş ve önerilerinizle getireceğiniz katkılardan dolayı çok teşekkürler.

Abdullah TARINÇ
Doktora Tez Öğrencisi

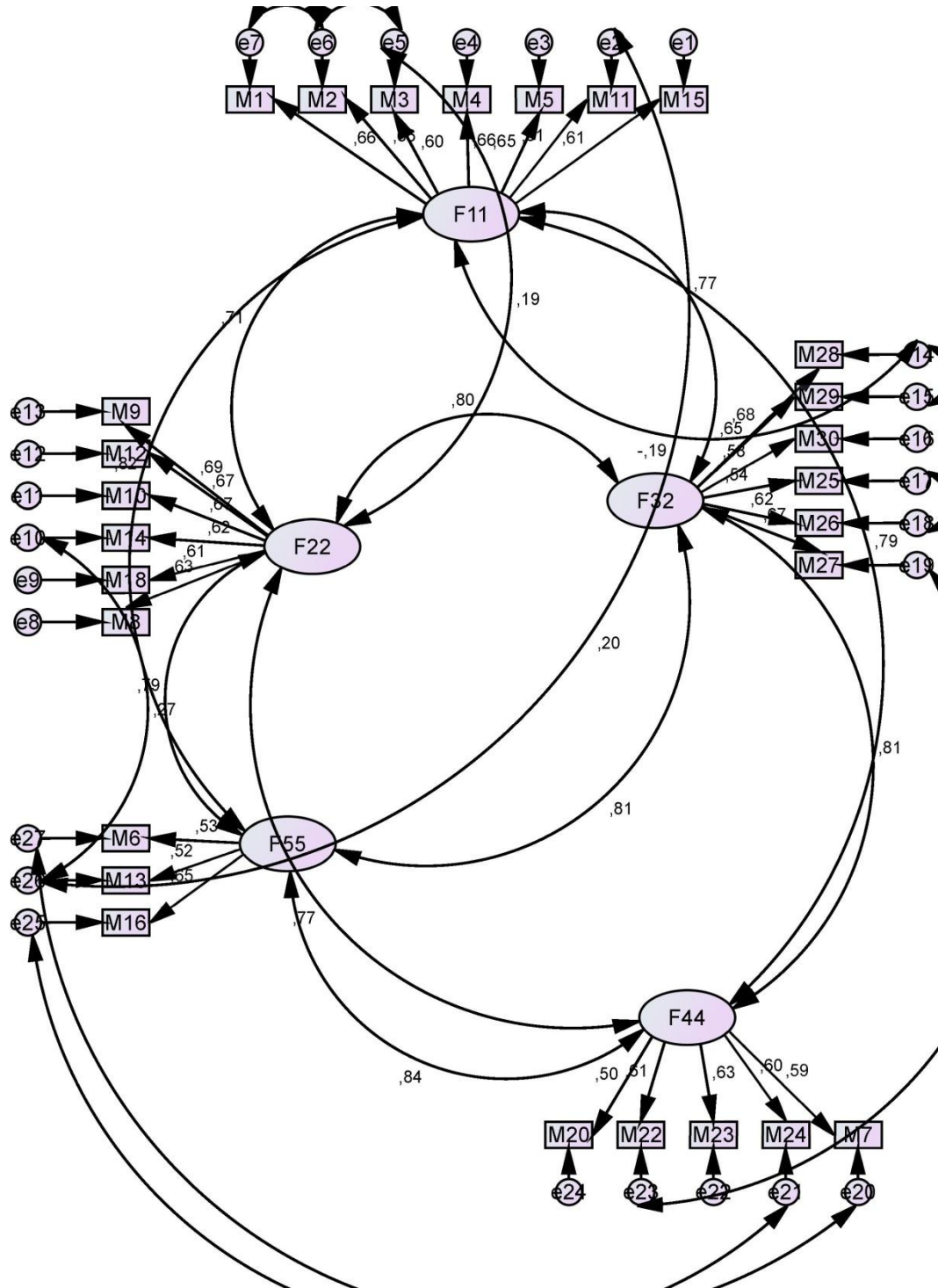
Selçuk Üniversitesi
Akşehir Meslek Yüksekokulu

+90 530 1705202
tarinc@selcuk.edu.tr

	EVET	KISMEN	HAYIR	ÖNERİLERİNİZ
Anket formu araştırmanın amacına uygun mu?		✓		Araştırma sonlarında
Anket formu belirtilen araştırma sorularına yanıt sağlayabilir mi?		✓		Yer alan "gelecekte gönüllü turizm deneyimlerine katılım" boyutu yeterince
Anket formu araştırmanın evreni için anlaşılır mı?	✓			Kaldı
Anket formunun girişi yeterince açık ve anlaşılır mı?	✓			
Anket formundaki maddeler açık ve anlaşılır mı?	✓			"Tamamen Katılıyorum" daha doğru.
Anket formunda birbirinin aynısı ya da aynı anlama gelebilecek madde/maddeler var mı?		✓		Self-fulfillment - kişisel tatmin daha uygun.
Anket formunda yanlış yorumlanabilecek kelime ya da ifade var mı?		✓		Ailenin toplam geliri direkt olarak sormak yerine, aralıktaki verilebilir.
Anket formunda birbiriyle çakışan cevap seçeneği ya da seçenekleri var mı?	✓		✓	
Anket formunda kişileri yönlendirebilecek ifadeler var mı?			✓	
Anketin başlığı anket hakkında bilgi veriyor mu?		✓		Anketin başlığını göremedim
Anket formunda her bir bölümün başında yer alan yönergeler açık ve anlaşılır mı?	✓			
Anket formunun tasarımı anketi dolduracaklara kullanım kolaylığı sağlıyor mu?	✓			

Değerlendiren Uzmanın Unvanı, Adı Soyadı, imzası:

Ek-4: Doğrulayıcı Faktör Analizi AMOS Diyagramı



ÖZGEÇMİŞ

Adı Soyadı:	Abdullah TARINÇ	İmza:	
Doğum Yeri:	Ankara		
Doğum Tarihi:	02.10.1984		
Medeni Durumu:	Evli		
Öğrenim Durumu			
Derece	Okulun Adı	Program	Yıl
Lise	Ankara Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi	Mutfak	1998-2002
Lisans	Gazi Üniversitesi	Konaklama İşletmeciliği Öğretmenliği	2003-2007
Yüksek Lisans	Gazi Üniversitesi	Turizm İşletmeciliği Eğitimi	2009-2012
Doktora	Selçuk/Gazi Üniversitesi	Turizm İşletmeciliği	Konya/Ankara 2015-
İş Deneyimi:	*2010-Devam ediyor, Selçuk Üniversitesi, Akşehir Meslek Yüksek Okulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, Öğretim Görevlisi *2009-2010, Park Kalkan Restaurant/Antalya, Restaurant Şefi *2008-2009, Beypazarı Beykonak Restaurant/Ankara, Restaurant Müdürü *2003-2007, Bilkent Otel ve Konferans Merkezi/Ankara, Garson		
İlgi Alanları:	Turizm Pazarlaması Alternatif Turizm Gastronomi Otel İşletmeciliği		
Tel:	0530 170 52 02		
Adres	Selçuk Üniversitesi Akşehir Meslek Yüksekokulu Akşehir/KONYA		
Yayınlar	A. Uluslararası hakemli dergilerde yayımlanan makaleler: Tarinç, A., (2017), Reflections of Crisis in Tourism Sector and Public Policies Applied to Tourism Sector During Crisis Periods: Turkey Sample, International Refereed Academic Social Sciences Journal, 26(0), 50-63, Doi: 10.17364/IIB.2017.2.0005 (Yayın No: 3727677) B. Uluslararası bilimsel toplantılarda sunulan ve bildiri kitaplarında (proceedings) basılan bildiriler: Baş, İ., Tarinç, A., (2018). The Importance of Gastronomy Tourism in Turkish Tourism. ATLAS Annual Conference 2018 Destination Dynamics (Özet Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:4991633) Tarinç, A., Baş, İ., Kılınç, C. Ç., (2018). What is the Volunteer Tourism? How Can We Apply in Turkey?, ICESM 2018 (Özet Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:4991558) Tunçez, H. A., Ateş A., Tarinç A., (2017). The Use of Financial Analysis Techniques As A Strategic Management Vehicle in Tourism Operations. 1st Dusit Gracious Hospitality and Tourism International Conference (Özet Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:3729697) Tarinç, A., Yıldırım, G., Ateş A., Kılınç, C. Ç., (2017). Evaluation of Natural and Cultural Resources of Konya / Akşehir in The Framework of Ecotourism. Atlas Annual Conference 2017, Destinations Past, Past and Future (Özet Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:3728329) Tunçez, H. A., Demiray, A., Ateş, A., Tarinç, A., (2017). Turizm İşletmelerinde		

	Hasılat Standartı TMS 18 Kapsamında Hizmet Satışında Hasılat. 2. Uluslararası Ekonomi Yönetimi Ve Pazar Araştırmaları Kongresi, 2, 225-226. (Özet Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:3729556) Tarınç, A., (2016). Reflections of Crisis in Tourism Sector and Public Policies Applied To Tourism Sector During Crisis Periods Turkey Sample. 2nd International Conference on Management, Finance and Economics, 2(2), 101-107. (Tam Metin Bildiri/Sözlü Sunum) (Yayın No:3078777) Tarınç, A., (2016). Analitik Hiyerarşi Süreci Temelli VIKOR Yöntemi İle Tedarikçi Seçimi Konya İlinde Dört Yıldızlı Bir Otel İşletmesi Üzerine Bir Uygulama. 3rd International Congress of Tourism Management Researches – 2016, 3(3), 1049-1061. (Tam Metin Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:3077964) Tarınç, A., Baş, İ., (2015). An Exploratory Study of The Importance and State of Health Tourism in Turkey. 2015 World Academy of Researchers, Educators and Scholars Congress (Özet Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:1775048) Tarınç, A., (2014). Health Tourism and Customer Satisfaction at The Konya Ilgın Thermal Spring Businesses. 14th EBES Conference – Barcelona (Özet Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:1774969) Tarınç, A., Yaylı, A., (2012). A Research on Attitude to Green Marketing of Employees in Hotel Businesses. European International Business Economics Conference (Tam Metin Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:1775147) Tunçez, H. A., Tarınç, A., (2012). TMS 41 Tarımsal Faaliyet Kapsamında Canlı Varlıklara İlişkin Muhasebe İşlemleri. 1.Uluslararası Muhasebe ve Finans Sempozyumu (Tam Metin Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:4991755) Öztaş K., Tarınç, A., (2011). Turistik Kümelenme ve Çekirdek Ürün Kavramları Çerçevesinde Göller Yöresi Merkezli Akşehir Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi. 1. Uluslararası, 4. Ulusal Eğirdir Turizm Sempozyumu (Tam Metin Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:1775297) C. Yazılan ulusal/uluslararası kitaplardaki bölümler: Tunçez, H. A., Ateş, A., Tarınç, A., (2018). Academic Research in Social, Human And Administrative Sciences-I, Bölüm adı:(The Use Of Financial Analysis Techniques As A Strategic Management Instrument In Tourism Operations) Gece Kitaplığı, Editör: Bülent Cercis TANRITANIR, Sevilay ÖZER, Basım sayısı:1, Sayfa Sayısı 481, ISBN:978-605-288-402-7, İngilizce (Bilimsel Kitap), (Yayın No: 4975197) D. Ulusal hakemli dergilerde yayımlanan makaleler : Tarınç, A., Kılınç, C. Ç., Sezgin, M., (2018). Analitik Hiyerarşi Süreci Temelli Vikor Yöntemi İle tedarikçi Seçimi: Antalya İlinde Beş Yıldızlı Otel İşletmesi Üzerine Bir Uygulama. Selçuk Üniversitesi Akşehir Meslek Yüksekokulu Sosyal Bilimler Dergisi, 2(9), 63-70. (Kontrol No: 4646154) Tarınç, A., Kılınç, C. Ç., (2016). A Research on Attitude to Green Marketing of Managers and Employees in Hotel Businesses. Selçuk Üniversitesi Akşehir Meslek Yüksekokulu Sosyal Bilimler Dergisi, 2(7), 109-116. (Kontrol No: 3090129) E. Ulusal bilimsel toplantılarda sunulan ve bildiri kitaplarında basılan bildiriler: Öztaş K., Baş, İ., Tarınç, A., (2012). Turistik Kümelenme Çerçevesinde Konya Karaman Yörelerinin İnanç Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi. Karaman Ulusal İnanç ve Kültür Turizmi Sempozyumu (Tam Metin Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:1776833)
--	--