



International
SOCIAL SCIENCES
STUDIES JOURNAL



SSSjournal (ISSN:2587-1587)

Economics and Administration, Tourism and Tourism Management, History, Culture, Religion, Psychology, Sociology, Fine Arts, Engineering, Architecture, Language, Literature, Educational Sciences, Pedagogy & Other Disciplines in Social Sciences

Vol:5, Issue:37
sssjournal.com

pp.3057-3067
ISSN:2587-1587

2019
sssjournal.info@gmail.com

Article Arrival Date (Makale Geliş Tarihi) 07/04/2019 | The Published Rel. Date (Makale Yayın Kabul Tarihi) 24/06/2019
Published Date (Makale Yayın Tarihi) 24.06.2019

GÖNÜLLÜ TURİZME YÖNELİK KATILIM EĞİLİMLERİ İLE GÖNÜLLÜ TURİZME YÖNELİK MOTİVASYONLAR ARASINDAKİ İLİŞKİLER: TÜRKİYE UYGULAMASI¹

TRENDS FOR PARTICIPATION WITH VOLUNTEERS VOLUNTEERS TOURISM RELATIONS BETWEEN THE MOTIVATION FOR TOURISM: TURKEY PRACTICE

Öğr. Gör. Dr. Abdullah TARINÇ

Selçuk Üniversitesi, Akşehir Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, mail: tarinc@selcuk.du.tr, Konya/TÜRKİYE

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5824-4882>

Doç. Dr. Ceyhun Çağlar KILINÇ

Akdeniz Üniversitesi, Manavgat Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, mail: ceyhunkilinc@gmail.com, Antalya/TÜRKİYE

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2149-7007>



Article Type : Research Article/ Araştırma Makalesi

Doi Number : <http://dx.doi.org/10.26449/sss.1544>

Reference : Tarınc, A. & Kılınç, C.Ç. (2019). "Gönüllü Turizme Yönelik Katılım Eğilimleri İle Gönüllü Turizme Yönelik Motivasyonlar Arasındaki İlişkiler: Türkiye Uygulaması", International Social Sciences Studies Journal, 5(37):3057-3067.

ÖZ

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 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. 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

ABSTRACT

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

¹ Bu çalışma Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsünde Abdullah TARINÇ tarafından, Doç Dr. Ceyhun Çağlar KILINÇ danışmanlığında yürütülen "Alternatif Turizm Çeşitliliği Kazandırmak Amacı İle Gönüllü Turizm: Türkiye Uygulaması" başlıklı doktora tezinden üretilmiştir.

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 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. 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.

Key Words: Volunteer Tourism, Alternative Tourism, Participation Trends, Motivation

1. 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. Ülkemizde turizm sektörü 2018 yılında ülkeye gelen turist sayısı bakımından önceki yıla göre %21,45 artış göstermiştir (UNWTO, 2019).

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). 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).

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 ülkemizde gönüllü turizme yönelik halkın eğilimlerinin incelenmesi ve bu alternatif turizm çeşidinin ülkemizde uygulanmasına yönelik bir öneri getirilmesi bu araştırmanın temel amacını oluşturmaktadır.

2. GÖNÜLLÜ TURİZM

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).

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 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.

Gönüllü turizmde ana fikir, gönüllülerin ev sahibi toplumda bir çeşit olumlu etki yaratmak için tatillerini kullanmalarındır. En iyi ihtimalle gönüllü turizm, turizm akademisyenleri ve aktivistlerinin kitlesel turizmüne 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 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.

2.1. 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.

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).

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).

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 yansırabilir. Gönüllü turizmin bütün topluluklar için olumlu çıktıkları 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)

3. METODOLOJİ

Bu çalışmada Türkiye’de yaşayan insanların gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri ve motivasyonları arasındaki ilişkileri belirleme üzerine uygulanan anket çalışması sonuçları doğrulayıcı faktör analizi, açımlayıcı faktör analizi, Pearson korelasyonu ve çoklu doğrusal regresyon analizi üzere dört istatistiksel analiz tekniği ile analiz edilmiştir. Araştırmanın yöntemi 5’li Likert ölçeği ile hazırlanan gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri ve motivasyonlarına dair ifadelere dayanan nicel araştırma yöntemidir. Araştırma yöntemine uygun olarak kullanılan model ilişkisel tarama modelidir. 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.

Araştırmada Türkiye’de yaşayan insanların gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri ve motivasyonları arasındaki ilişkileri belirlemek adına iki hipotez geliştirilmiştir.

H₁: Türkiye’de yaşayan insanların gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri ile motivasyonlar arasında ilişki vardır.

H₂: Gönüllü turizme yönelik motivasyonlar, gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri üzerinde önemli bir yordayıcıdır.

4. ÖRNEKLEM ve PİLOT UYGULAMA

Araştırmanın evreni Türkiye olup, Anket çalışması sürecinde Devlet Planlama Teşkilatının illerin ve bölgelerin sosyo-ekonomik gelişmişlik sıralaması araştırması ile oluşturulan istatistikî bölge birimleri sınıflandırmasında yer alan Düzey-1’de yer alan 12 bölge seçilmiştir.

Veri toplama aşamasında istatistikî 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.

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).

5. VERİ TOPLAMA ARAÇLARI

Bu çalışmada 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 uyarılama 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.

Başka bir dilde oluşturulmuş herhangi bir ölçeğin Türkiye örnekleminde kullanılabilmesi için, Türkçeye uyarılama işleminin sistematik bir şekilde yapılarak ölçeğin Türkiye örnekleminde psikometrik açıdan

gerekli özellikleri taşıdığıının 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* 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. 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.

Araştırma verilerinin toplanması aşamasında kullanılacak anket formunun geçerlilik çalışması için bilim ve turizm alanında uzman beş akademisyenden hazırlanan *Anket Formu Değerlendirme Uzman Görüş Formu* 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. 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.

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). 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.

Tablo 1. 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

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.

Açımlayıcı faktör analizi, verileri daha küçük bir özet değişken grubuna indirgemek ve olayın altında yatan teorik yapıyı keşfetmek için kullanılan istatistiksel bir tekniktir. Değişkenle cevap veren arasındaki ilişkinin yapısını tanımlamak için kullanılır (Suhr, 2006: 201). Araştırma verilerinin açımlayıcı faktör analizi sonuçlarına göre 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-2'de gösterilmektedir.

Tablo 2. 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. 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.

Bu araştırma ile ilgili motivasyon ölçeğinden elde edilen verilerin güvenilirlik analizi sonucunda güvenilirlik değeri 0,926 olarak hesaplanmıştır. Bu rakam güvenilirlik düzeyinin yüksek olduğunu göstermektedir.

Ölçek serbestlik derecesi 303, Ki-Kare 1208,100'dir. $p=0,000$; $p<0,01$ olduğu için yüksek düzeyde istatistiksel anlamlılık söz konusudur. Tablo 3'te yapılan doğrulayıcı faktör sonuçları gösterilmektedir.

Tablo 3. Uyum İndeksleri

Uyum İndeksleri	Bulunan Değer	Kabul Edilen Değer
CMIN/DF	3,987	CMIN/DF<5
RMR	0,032	RMR<0,08
GFI	0,928	.90 ≤ GFI ≤ .95
AGFI	0,910	0.90 ≤ AGFI ≤ 1.00
PGFI	0,744	0.50 ≤ PGFI ≤ .95

CFI	0,927	.90 ≤ CFI ≤ .95
PNFI	0,781	.50 ≤ PNFI ≤ .95
PCFI	0,800	.50 ≤ PCFI ≤ .95
RMSEA	0,049	RMSEA < 0,08
HOELTER .05	350	
HOELTER .01	369	

Tablo 3'te yer alan bilgilere göre, motivasyon ölçeğinin doğrulayıcı faktör analizi uyum indeksleri açısından uyum gösterdiği tespit edilmiştir.

6. VERİLERİN ANALİZİ

Araştırmanın hipotezlerinden “H₁: Türkiye’de yaşayan insanların gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri ile motivasyonlar arasında ilişki vardır.” hipotezini test etmek için Pearson korelasyon analizi yapılmıştır. İki değişken arasındaki ilişkinin incelenmesi isteniyorsa ve değişkenlerden her ikisi de aralık (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.

Araştırmanında yer alan “H₂: Gönüllü turizme yönelik motivasyonlar, gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri üzerinde önemli bir yordayıcıdır.” hipotezini test etmek için çoklu doğrusal regresyon analizi uygulanmıştır. Çoklu doğrusal regresyon analizi, bağımlı değişkenle ilişkili olan iki veya daha çok bağımsız değişkene dayalı olarak, bağımlı değişkenin tahmin edilmesine yönelik analiz türüdür (Yurtseven vd., 2013: 58). Gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri bağımlı değişken, gönüllü turizme yönelik motivasyon boyutları ise bağımsız değişken olarak kabul edilmiştir.

Regresyon analizini yapabilmek için örneklem büyüklüğü, normal dağılım, otokorelasyon, bağımsız değişkenlerin birbirleriyle yüksek korelasyon göstermemesi ve kayıp ve uç değerler varsayımlarının karşılanması gerekmektedir. Bu varsayımlara uygun olarak 52 kayıp değer ve 33 uç değer veri setinden çıkarılmıştır.

Regresyon analizinin bir diğer varsayımı örneklem büyüklüğünün bağımsız değişken sayısının 10 katı olması gerektiğidir. Araştırma ile elde edilen veri sayısı bu varsayımı karşılamaktadır. Ayrıca P-P plot analizine göre veriler normal dağılım göstermektedir.

Veri setindeki gözlemler arasında otokorelasyon bulunmaması test etmek için Durbin-Watson (DW) testi kullanılmaktadır. Bu çalışmada DW testi ile 1,991 değeri bulunmuştur ve verilerin otokorelasyon göstermediği söylenebilir.

Çoklu doğrusallığı ifade eden bu sorununun test edilmesi için korelasyon analizi yapılmıştır. Bağımsız değişkenler arasındaki korelasyonların 0,80’in altında olduğu, böylece çoklu doğrusallık sorunu bulunmadığı tespit edilmiştir.

Regresyon analizinin varsayımları sağlanmasından sonra, araştırmanın hipotezlerini 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.

7. BULGULAR

Hipotezlerin değerlendirilmesi sürecinde SPSS v.25 ve Microsoft Office Excel 2010 programları kullanılmış olup ve veriler Pearson Korelasyon analizi ve çoklu doğrusal regresyon analizleri çerçevesinde incelenmiştir. H₁ hipotezini test etmek için gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri, motivasyon ve motivasyonun alt boyutları arasında Pearson Korelasyon analizi yapılmıştır.

Tablo 4. 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 4'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_1 Hipotezi KABUL edilmiştir.

H_2 hipotezini 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 5. 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 5'ten 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 6. 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 6 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 7. Varyasyon Katsayıları ve DW değeri

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

Tablo 7'ye 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.

Tablo 8. 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 R²= 0,273 Düzeltilmiş R²=0,270 F_(5,1220)=91,794 N= 1226 p=0,000

Tablo 8'de 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.

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, H₂ hipotezi 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.

8. SONUÇLAR

Gönüllü turizme yönelik motivasyon boyutlarından olan özerklik ve ilişki boyutlarına ilişkin ifadeler, bu araştırmada 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. Katılımcıların özerklik boyutuna ilişkin ifadelerin ile ilişki boyutuna ait ifadeleri desteklediği yönünde görüş bildirdikleri söylenebilir.

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, gönüllü turizme yönelik katılım eğilimleri ve motivasyonlar arasında istatistiksel 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.

9. ÖNERİLER

Araştırma sonuçları çerçevesinde, Türkiye’de yaşayan insanların gönüllü turizm faaliyetlerine katılımlarını sağlamak için katılım eğilimlerini ve motivasyonlarını artırmaya yönelik bir takım öneriler ortaya konulabilecektir.

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.

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 insanların 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 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 düşünülmektedir.

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

KAYNAKÇA

- Ar, H. & 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, ss. 222-232, Kuşadası, Aydın.
- Bayık, M. & Gürbüz, S. (2016). "Ölçek Uyarlamada Metodoloji Sorunu: Yönetim ve Örgüt Alanında Uyarlanan Ölçekler Üzerinden Bir Araştırma", İş ve İnsan Dergisi, 3(1):1-20.
- Benson, A. (2007). "Research Tourism Professional Travel for Useful Discoveries", (Editör: Novelli, M.) Niche Tourism: Contemporary Issues, Trends and Cases, p. 133-143, Routledge, UK, Wallington.
- Benson, A. & Seibert, N. (2009). "Volunteer Tourism: Motivations of German Participants in South Africa", Annals of Leisure Research, 12(3-4):295-314.

- Brightsmith, D. J.; Stronza, A. & Holle, K. (2008). "Ecotourism, Conservation Biology, and Volunteer Tourism: A Mutually Beneficial Triumvirate", *Biological Conservation*, 141(11):2832-2842.
- Büyüköztürk, Ş. (2002). "Faktör Analizi: Temel Kavramlar ve Ölçek Geliştirilmede Kullanımı", *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 32:470-483.
- Chen, L. J. & 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.
- Cohen, R. & Kennedy, P. (2000). *Global Sociology*, Palgrave Macmillan Publishing, England, Hampshire.
- Çokluk, O.; Şekercioglu, G. & Büyüköztürk, Ş. (2012). *Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli Spss ve Lisrel Uygulamaları*, Pegem Yayıncılık, Ankara.
- Field, A. (2005). *Discovering Statistics Using SPSS*, SAGE Publications, London.
- Garrison, H. A. (2015). "A Critical Analysis of Volunteer Tourism and the Implications for Developing Communities", Bachelor of Arts, Western Kentucky University.
- Kaya, Z. & Şahin, M. (2013). *Araştırma Yöntem ve Teknikleri*, Eğitim Kitabevi, Konya.
- Keese, J. R. (2011). "The Geography of Volunteer Tourism: Place Matters", *Tourism Geographies*, 13(2):257-279.
- Lee, S. J. (2011). "Volunteer Tourists' Intended Participation: Using The Revised Theory of Planned Behavior", Doctor of Philosophy, Virginia State University, Blacksburg, Virginia.
- Marta, E.; Guglielmetti, C. & 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.
- McGehee, N. G. (2014). "Volunteer Tourism: Evolution, Issues and Futures", *Journal of Sustainable Tourism*, 22 (6):847-854.
- Sin, H. L. (2009). "Volunteer Tourism—Involve Me And I Will Learn?", *Annals of Tourism Research*, 36(3):480-501.
- Snyder, J.; Dharamsi, S. & 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.
- Suhr, D. D. (2006). "Exploratory or Confirmatory Factor Analysis?", In Cary: SAS Institute, 200-231.
- Şahin, Ç. (2010). "Verilerin Analizi", (Editör: Kınca, R. Y.), *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*, ss. 181-217, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- UNWTO, (2019), UNWTO World Tourism Barometer and Statistical Annex, <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/wtobarometereng.2019.17.1.1>,
- Wearing, S. (2001). *Volunteer Tourism: Experiences That Make A Difference*, CABI Publishing, UK, Wallingford.
- Wearing, S.; Deville, A. & 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*, p. 63-71, CABI Publishing, UK, Wallingford.
- Yurtseven, H. R.; Erkul, H. & Morkoç, D. K. (2013). *Örneklerle Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntem ve Teknikleri*, Detay Yayıncılık, Ankara.