

## Rekreasyonel Seyahat Motivasyonu Kapsamında Kapadokya Ziyaretinde Etkili Olan İtici Motivasyon Faktörleri Boyutu Değişkenlerinin Çok Boyutlu Ölçekleme Analizi\*\* (Multi-Dimensional Scaling Analysis of the Factors of Driving Motivation Factors Effective in Cappadocia Visit within the Scope of Recreational Travel Motivation)

\* Zehra BULUT <sup>a</sup>, Ali YAYLI <sup>b</sup>

<sup>a</sup> Ankara Hacı Bayram Veli University, Institute of Graduate Studies, Department of Recreation Management, Ankara/Turkey

<sup>b</sup> Ankara Hacı Bayram Veli University, Faculty of Tourism, Department of Recreation Management, Ankara/Turkey

### Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 18.08.2021

Kabul Tarihi: 20.11.2021

### Anahtar Kelimeler

İtici seyahat motivasyonu

Rekreasyonel seyahat motivasyonu

Kuşaklar

Kapadokya

Sıcak hava balonu

ÇBÖ analizi

### Öz

Motivasyonlar, bireyleri seyahat etmeye yönlendirirken aynı zamanda rekreasyonel aktiviteye katılım niyetlerinin belirlenmesinde önemli rol oynamaktadırlar. Ancak seyahat motivasyonları bireyden bireye hatta aynı birey için farklı zamanlarda ihtiyaçlar doğrultusunda değişiklikler gösterebilmektedir. Kapadokya Bölgesi'nin, diğer destinasyonlardan farkı, sahip olduğu destinasyon çekiciliklerinden ve bu çekiciliklerden olan rekreasyon aktivitesi olanaklarının çeşitliliğinden kaynaklanmaktadır. Kapadokya Bölgesi'ni ziyaret eden yerli ve yabancı turistlerden gönüllü olanların, mevcut destinasyon ziyaretlerinde etkili olan itici motivasyon faktörleri boyutu değişkenlerinin kuşaklar, balon aktivitesine katılım ve seyahat amaçları ile ilişkilerinin çok boyutlu ölçekleme (ÇBÖ) analizi aracılığıyla ortaya konulması amacıyla gerçekleştirilen bu çalışmanın verileri Kapadokya'daki 18 yaş ve üzeri tüm yerli ve yabancı bireylere gönüllülük esasına dayalı olarak 22 Ağustos 2020 - 08 Ocak 2021 tarihleri arasında yüz yüze anket yöntemiyle toplanmıştır. Çalışmada, araştırmanın evrenini, Kapadokya Bölgesi'ni ziyaret eden yerli ve yabancı turistler oluşturmaktadır. Çalışmanın örneklemini, Kapadokya Bölgesi'ni turizm amaçlı ziyaret eden yerli ve yabancı turistlerden gönüllü olarak katılım niyeti gösteren 385 kişi oluşturmaktadır.

### Keywords

Push travel motivation

Recreational travel motivation

Generations

Cappadocia

Hot air ballooning

Multidimensional scaling analyzing

### Abstract

While motivations direct individuals to travel, they also play an important role in determining their intention to participate in recreational activities. However, travel motivations may vary from individual to individual or even for the same individual at different times in line with the needs. The difference of the Cappadocia Region from other destinations is due to the attractiveness of the destination and the diversity of recreational activity opportunities from these attractions. The data of this study, which was carried out in order to reveal the relationship between the variables of the size of the driving motivation factors, which are effective in the current destination visits of domestic and foreign tourists visiting the Cappadocia Region, with generations, participation in the balloon activity and travel purposes, through multidimensional scaling (MCS) analysis. It was collected by face-to-face survey method between 22 August 2020 and 08 January 2021, on a voluntary basis, to all domestic and foreign individuals aged 18 and over. In the study, the population of the research consists of domestic and foreign tourists visiting the Cappadocia Region. The sample of the study consists of 385 local and foreign tourists who visit the Cappadocia Region for tourism purposes and who voluntarily intend to participate.

### Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

\* Sorumlu Yazar

E-posta: zhrblt@gmail.com (Z. Bulut)

DOI: 10.21325/jotags.2021.943

\*\*Bu çalışma orijinal adı "Rekreasyon Faaliyetlerinin Tercihinde İçsel ve Dışsal Seyahat Motivasyon Faktörlerinin Etkisi" adlı doktora çalışmasından yararlanılarak hazırlanmıştır. Çalışmada tezden yararlanılmakla birlikte, bazı bilgiler eklenmiş ve yenilenmiştir.

## GİRİŞ

Dünya turizm hareketlerindeki artış, rekreasyon faaliyetlerine katılımı olumlu yönde etkilemektedir. Dünya Turizm Örgütü 2019 verilerine göre dünya çapındaki uluslararası seyahat faaliyetlerine katılan birey sayısı, dünyadaki destinasyonlar tarafından bildirilen verilere dayanılarak %4 büyümüş ve 1,5 milyar seviyesine ulaşmıştır. Mevcut eğilimler, ekonomik beklentiler ve UNWTO Güven Endeksi'ne dayanılarak, 2020'de dünya çapında uluslararası turistik seyahatlerde %3 ila %4 oranında bir büyüme öngörülmekte (UNWTO, 2020) iken bu beklentiler karşılanamamış olup, 2020 yılı ile karşılaştırıldığında, COVID-19 pandemisinin küresel turizm üzerindeki olumsuz etkisi Ocak ayında uluslararası turist varışlarında %87'lik bir düşüş gösteren yeni verilerle 2021 yılına kadar devam etmiştir (UNWTO, 2021). Belirli bir destinasyona çeşitli rekreasyon fırsatlarını deneyimlemek amacıyla seyahat eden bireyler, farklı itici ve çekici motivasyonel eğilimler gösterebilmektedirler. Bir başka deyişle, çeşitli rekreasyon aktivitelerinin deneyimi ve tercihinde bireylerarası farklılıklar gözlemlenmektedir. Bu farklılıkları belirlemek ve bireylerin rekreasyon aktivitelerinin deneyimlerinde ve tercihlerinde ortaya çıkan motivasyonlarını belirlemek, alan yazına katkı sağlaması bakımından önem teşkil etmektedir.

Rekreasyonel turizm destinasyonu olarak Orta Anadolu Bölgesi'nde Nevşehir, Aksaray, Kırşehir, Niğde ve Kayseri illeri arasında yer alan, Türkiye'nin turizm ve rekreasyon alanları arasında önemli cazibe merkezlerinden birisi olan Kapadokya Bölgesi, rekreasyonel aktivite çeşitliliği açısından diğer bölgelere kıyasla, farklı alternatiflerin büyük kısmını bir arada sunma özelliğine sahiptir. Bu nedenlerden ötürü bu çalışmada, Kapadokya Bölgesi'ni ziyaret eden yerli ve yabancı turistlerden gönüllü olanların, mevcut destinasyon ziyaretlerinde etkili olan itici motivasyon faktörleri boyutu değişkenlerinin kuşaklar, balon aktivitesine katılım ve seyahat amaçları ile ilişkilerinin çok boyutlu ölçekleme analizi aracılığıyla ortaya konulması amaçlanmaktadır.

## Literatür

Seyahat, turizm ve rekreasyon kavramlarının temelini oluşturan tatil gereksinimi, bireylerin boş zamanlarında ortaya çıkan içsel bir dürtüdür. Turizm, farklı yaşam tarzlarına, bireysel özelliklere, kültüre, inanca, bilgiye, görüşe, eğitim ve gelir seviyesine sahip insanları bir araya getiren önemli bir olgudur (Boz & Saçılık, 2018, s. 60). Bundan dolayı, turizm faaliyetlerine katılmak için çeşitli nedenler bulunmaktadır. Farklı insanlar, farklı ihtiyaçlara göre ortaya çıkan farklı motivasyonlar ile turizme farklı amaçlar için katılmaktadırlar. Her amaç öncelikle motivasyon faktörlerinin temelinde şekillenmektedir. Motivasyon, temel olarak insan davranışının itici gücü olarak düşünülmüştür (Pestana vd., 2020, s. 3).

Günlük hayatın zorlamalarına karşılık, bireylerin boş zamanlarında kendilerini daha iyi hissetmek için yaptıkları faaliyetlerden birisi de tatile gitmektir. Turistlerin seyahat motivasyonlarının başında rahatlama gelmektedir (Seabra vd., 2014, s. 26). Nawijn ve Veenhoven (2011)'in boş zaman faaliyetlerinin yaşam tatmini üzerine etkisini tatil seyahati bağlamında gerçekleştirdikleri çalışmalarında, boş zaman faaliyetlerine katılan bireylerin, boş zaman tatminlerinin ve mutluluklarının arttığı, tatil amaçlı seyahatlere katılan turistlerin de aynı şekilde iyilik hallerinde artış gözlemlendiğini belirtmektedirler. Bu durum, bireylerin ihtiyaçlarına cevap verebilecek alternatiflerin belirlenmesi ve seyahat tercihlerinin bu ihtiyaçlar doğrultusunda gerçekleştirilmesi ile sağlanabilmektedir. Boş zaman değerlendirme amacıyla katılan rekreasyon faaliyetleri, bireylerde olumlu yönde psikolojik gelişime katkı

sağlamakta ve bireyler ancak psikolojik ihtiyaçlarına cevap verebilecek uygun ortamlarda başarılı olabilmekte ve ancak bu şekilde motive olabilmektedirler (Leversen vd., 2012, s. 1588).

Rekreasyonel seyahat faaliyetlerine katılan birey sayısının artması, akademisyenlerin bu konu ile ilgili çalışmalar ortaya koymalarına neden olmuş ve turizm ile ilişkili olan rekreasyon konusu uzun yıllar farklı bilim dalları tarafından multidisipliner bakış açısı ile değişik açılardan incelenmiştir. Araştırmacıların en çok ilgisini çeken konulardan birisi de turistlerin seyahat motivasyonlarının ortaya konulmasıdır. Turist motivasyonu en genel anlamda “seyahat seçimlerine, davranışlarına ve deneyimlerine değer ve yön veren küresel, entegre, biyolojik ve kültürel güçler ağı” olarak tanımlanabilir (Pearce vd., 1998, s. 137).

Seyahat motivasyonlarından olan itme ve çekme teorisi, turist ve ziyaret davranışının altında yatan motivasyonları incelemek için yararlı bir yaklaşım sağlamaktadır (Crompton, 1979; Dann, 1977; Kim vd., 2003; Klenosky, 2002). Turistler, yaşadıkları yerden uzakta bir yere ihtiyaç duyan insanlardır. İstek ve beklentilerini harekete geçiren motivasyonlar sonucunda potansiyel ziyaretçiler, küreselleşen dünyada, hızla artarak gelişen turistik destinasyonlar arasında, kendi istek ve ihtiyaçlarına cevap verebilecek en uygun destinasyonu seçme eğilimindedirler. Rekreasyon faaliyetleri ile ilgili ihtiyaçların ortaya çıkması ve giderek artması, çoğu zaman insanları sürekli yaşadıkları ortamdaki uzaklaşmaya ve seyahat ettikleri yerlerde katılabilecekleri birtakım aktivitelere itmektir. Ortaya çıkan bu itici güç, en temel ifade şekli ile içsel seyahat motivasyonları olarak açıklanmaktadır.

“İtme” ve “çekme” seyahat motivasyonu teorisinin, turist motivasyonlarının ampirik olarak doğrulanmasında ve turizmin kaynakları ile faaliyet programları gibi arz yönünden etkili faktörlerle ilişkinin geliştirilmesinde önemli bir rol oynadığı görülmektedir. Dann ve Crompton’un teorileri, turistlerin seyahate çıkmak için motivasyon faktörleri tarafından itildiğini ve bir destinasyonun cazibe merkezleri ve nitelikleri tarafından çekildiğini gösteren bu kavrama dayanmaktadır (Kluin & Lehto, 2012, s. 823). Bu çerçevede, itici faktörler, bireyin tatile çıkma kararını etkileyen (yani günlük ortamın dışına seyahat etme gibi) belirli güçleri ifade ederken, çekici faktörler, bireyin belirli bir destinasyonu seçme kararını etkileyen güçleri ifade etmektedir (Kim vd., 2003, s. 170).

Motivasyon konusunda teoriyi esaslandıran en temel çalışma Dann (1977) tarafından yapılmıştır. Bu çalışmada sunulan kuram, Crompton (1979) tarafından geliştirilerek farklı motivasyon faktörleri elde edilmiştir. Turist davranışını açıklamaya katkı sağlayan birçok değişkenden sadece birisi olan motivasyon, tüm davranışların arkasındaki tetikleyici veya zorlayıcı güç olarak en kritik değişkendir (Crompton, 1979; Dann, 1977). Çünkü seyahat motivasyonunu anlamak, turistleri belli bir destinasyonu seçmeye iten motivasyon faktörlerini anlamak ile eş değerdir (Pearce vd., 1998). Rekreasyonel turizmde seyahat motivasyonu, bireyin birtakım istek ve ihtiyaçlarının belirli bir amaca yönelik hareket etmeye yatkın hale gelmesidir. Motivasyon, belli bir turistik aktiviteye eğilime olan bir dizi ihtiyaçla bağlantılı olarak araştırılmıştır (Pestana vd., 2020; Pizam vd., 1979). Bu ihtiyaçların başında seyahat etme arzusu yatmaktadır. Bu anlamda seyahat motivasyonunu incelemek, turistleri seyahat etmeye yönelten en önemli nedenleri vurgulamak ve turistleri belli destinasyonlara iten ve çeken özellikleri belirlemek ve buna göre seyahat eden turistleri gruplandırmak açısından önemlidir. Farklı motivasyon unsurlarının, turistlerin davranışlarını, seyahat tercihlerini ortaya koyma ve anlama konusunda önemli bir kriter olduğu öngörülmektedir (Beerli & Martin, 2004, s. 664). Çünkü motivasyon, genellikle bireyleri pozitif yönde etkileyerek belirli bir faaliyete yönlendirmekte ve davranışsal niyet, motivasyon faktörlerini gerektirmektedir (Pestana vd., 2020, s. 2). Bu bağlamda, “İnsanlar neden

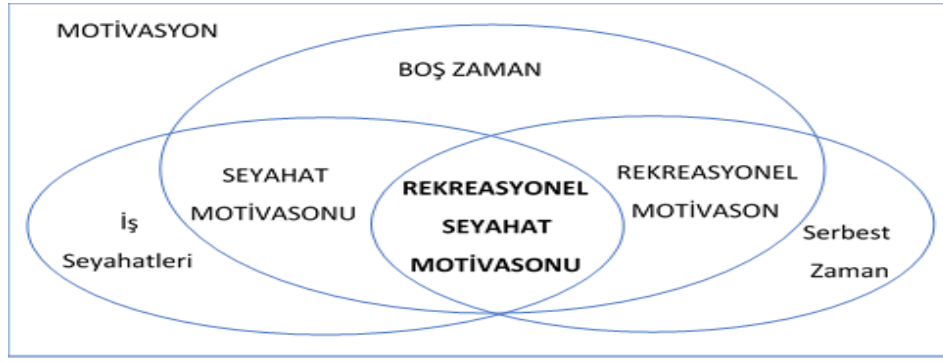
seyahat etmek isterler?” sorusu ile itici motivasyon faktörleri incelenirken, “Seyahat etmek için neden belli destinasyonlara giderler?” sorusu ile çekici motivasyon faktörleri incelenmiştir.

Motivasyon diğer bilim dallarında birçok unsuru etkilediği gibi rekreasyon etkinliklerine katılımı, katılım sıklığını ve katılıma bağlı unsurları da etkilemektedir (Gökçe, 2008, s. 28). Dann (1981, s. 211) seyahat motivasyonunu, seyahat etmeyi açıklamak için aracı bir yol olarak yorumlanabilen, anlamlı zihinsel bir durum olarak ifade etmiştir. Crompton ve McKay (1997, s. 427), özdenge kavramını içeren seyahat motivasyonunun daha spesifik bir tanımını, bireylerde gerginlik veya dengesizlik durumu ortaya çıkaran içsel psikolojik faktörlerin (ihtiyaçlar ve istekler) dinamik bir süreci olarak kavramsallaştırırlar. Bu motivasyonlar bireyin iç dünyasında gizli olarak kabul edilmekte ve bireyler rekreasyon faaliyetlerini sürdürürlerken itici faktörler olarak ortaya çıkmaktadırlar. Bununla birlikte Ross ve Iso-Ahola (1991, s. 226), motivasyon ve memnuniyet boyutları arasında anlamlı bir ilişki olduğunu, bilgi arama, sosyal etkileşim ve kaçışın önemli güdü ve memnuniyet faktörleri olarak ortaya çıktığını belirtmişlerdir.

### **Rekreasyonel Seyahat Motivasyonu**

Rekreasyon gereksinimlerinin artması, çoğu zaman insanları yaşadıkları ortamdan uzaklaşmaya ve seyahat ettikleri destinasyonlarda katılabilecekleri birtakım aktivitelere itmektir. Bu itici güç, en temel ifade ile içsel seyahat motivasyonları olarak açıklanmaktadır. Bireyin uzaklaşmak için tercih ettiği destinasyonun sahip olduğu rekreasyonel olanaklar ise çekici güçleri, yani dışsal seyahat motivasyonlarını temsil etmektedir (Özdemir vd., 2016, s. 3003). Rekreasyonel faaliyetler, bireysel ve toplumsal yönden bireylere çeşitli faydalar sağlamaktadır. Bu bağlamda, çeşitli nedenlerle rekreasyon faaliyetlerine katılmak amacıyla seyahat eden bireylerin ihtiyaçlarını karşılamak ve memnuniyet düzeylerini arttırmak için hem rekreasyonel motivasyonu hem de seyahat motivasyonunu ortaya çıkaran unsurların belirlenmesi önem arz etmektedir. Bireylerin seyahat motivasyonları tatil, dinlenme, eğlenme vb. amaçlı olabileceği gibi, herhangi bir rekreatif aktiviteye katılım odaklı olarak da ortaya çıkabilmektedir. Dolayısıyla bireylerde ortaya çıkan rekreasyonel motivasyon ve seyahat motivasyonu, temelde rekreasyonel seyahat motivasyonu kavramını oluşturmaktadır.

Rekreasyon, bireyin gönüllü olarak seçtiği ve boş zamanını değerlendirdiği etkinlikleri kapsamaktadır (Demirci Orel ve Yavuz, 2003, s. 61). Öte yandan, rekreasyon kapsamındaki etkinliklerin, çoğu kez mekânsal açıdan değişiklik gerçekleştirilerek yapılması gerekir. Mekân değişikliği, zihinsel ve fiziksel rahatlama bakımından gereklilik, rekreasyonel etkinliklerin çeşitlilik içermesi ve amaca uygun olarak gerçekleştirilebilmesi açısından ise zorunluluktur. Bu açıdan bakıldığında, rekreasyon kavramı, amacına göre seyahat etmeyi de gerektirdiğinden, birbirleriyle yakın bir ilişki içerisindedirler. Iso- Ahola (1983, s. 45-46) rekreasyonel seyahat motivasyonu kavramını sosyo-psikolojik boyutta değerlendirmiş ve bireyin boş zamanlarında ortaya çıkan bir güç olarak tanımlamıştır. Bu nedenle, birbirini tamamlayan ve birlikte ele alınması gereken iki kavram olan rekreasyonel motivasyon ve seyahat motivasyonu Şekil 1’de, içeriklerinin bileşimi açısından “Rekreasyonel Seyahat Motivasyonu” olarak adlandırılmıştır.



**Şekil 1.** Motivasyon, boş zaman, rekreasyon ve seyahat ilişkisinden ortaya çıkan rekreasyonel seyahat motivasyonu kavramı

Şekil 1'e göre, fizyolojik ve biyolojik ihtiyaçların karşılandıktan sonra yeterli boş zamana sahip bireyler diğer ihtiyaçları doğrultusunda ortaya çıkan farklı motivasyonların etkisiyle rekreasyon aktivitelerine katılmakta veya seyahat etmektedirler. Bunlar, dinlenme, rahatlama, tatil gibi seyahat gerektiren ihtiyaçlar olabileceği gibi macera yaşamak, yeni bir aktivite deneyimlemek, fiziksel olarak zindelik kazanmak gibi rekreasyonel aktivitelere katılımı gerektiren ihtiyaçlar da olabilmektedir. Bireylerin zorunlu çalışma ve kısmen boş zaman olan ancak daha çok zorunluluk anlamı içeren serbest zamanlarından (ev işleri, yemek yapmak, bahçe işleri gibi) arta kalan boş zamanlarında seyahat etme ve rekreasyon aktivitelerine katılma ihtiyaçları rekreasyonel seyahat motivasyonu olarak ortaya çıkmaktadır. Rekreasyonel seyahatler çoğunlukla zorunlu çalışma zamanı dışında eğlenme ve dinlenme amacıyla gerçekleştirilen boş zaman faaliyetleri olduğundan iş amaçlı seyahatlerin temel amacı rekreasyon değildir (Iso-Ahola, 1983, s. 46).

Rekreasyonel seyahat motivasyonu, insanların boş zamanları boyunca, yoğun iş hayatının getirdiği tek düzelikten kurtulmak amacıyla, yaşadıkları rutin çevrelerinden ve sosyal yaşam ortamlarından bir süreliğine uzaklaşarak, içsel dürtüler olarak ortaya çıkan motivasyon ihtiyaçlarını gidermelerine, özgürce hareket etmelerine, kendilerini yenilemelerine ve geliştirmelerine imkan sağlayan, gönüllü olarak katıldıkları seyahat ve etkinliklerin tümüdür.

### **Kuşaklar**

İnsanların rekreasyonel faaliyetlere katılabilmesi ya da katıldıkları rekreasyon faaliyetlerini uygun şekilde gerçekleştirebilmeleri için birtakım kriterlerin oluşması gerekmektedir. Bu kriterlerin bazıları, zaman, ekonomik durum, çeşitli rekreasyon alanları ve aktivitelerdir. Tüm bu unsurların yanı sıra rekreasyon faaliyetlerine katılımında önemli bir etkisi olan kriter de kuşak farklılığıdır.

Rekreasyonel faaliyetlere katılım talepleri ve eğilimleri, toplum yapısı değiştikçe değişmekte ve gelişmektedir. Gelişmiş toplumlarda, insanlar genel olarak daha hareketli, daha varlıklı, daha uzun ömürlü ve daha fazla çalışma dışı boş zamana sahip oldukları için, rekreasyon ve turizm giderek daha önemli faaliyetler haline gelmiştir (Pitkänen vd., 2014, s. 208). Sürekli bir değişim süreci içinde olan dünyada; ekonomi, kültür, siyaset, teknoloji, sanat gibi çeşitli alanlarda yaşanan değişimler; bireylerin algılarını, beklentilerini, tercihlerini ve davranışlarını etkilemektedir. Bu noktada, birbirlerine yakın dönemlerde dünyaya gelen insanların benzer özelliklere sahip olmasını ve nesil olgusunun ortaya çıkmasını beraberinde getirmiştir (Sever İşçimen, 2012, s. 2; Seçilmiş & Köz, 2015, s. 71). Buna göre Türkiye'de yirminci yüzyıl sonrası kuşakların sınıflandırılması Tablo 1' de belirtilen tarih aralıklarında ele alınmıştır.

**Tablo 1.** Türkiye’deki kuşakların sınıflandırılması

| Türkiye’de Yaşayan Kuşaklar |  |
|-----------------------------|--|
| <b>Sessiz kuşak</b>         | 1900-1945 yılları arası doğanları kapsar. Savaş kuşağı olarak da geçer. En önemli özellikleri “geleneksel” olmalarıdır.  |
| <b>Bebek patlaması</b>      | 1946-1964 yılları arası doğanları kapsar. İkinci Dünya Savaşı’ndan hemen sonraki “nüfus patlaması” yılları nedeniyle bu ismi almışlardır. Bu dönemde dünyaya gelen bireyler “Soğuk Savaş dönemi çocukları” olarak adlandırılmaktadırlar. |
| <b>X kuşağı</b>             | 1965-1979 yılları arası doğanları kapsar. Kanaatkar, toplumcu, sadık ve idealist bir kuşaktır. “Geçiş dönemi çocukları” olarak da adlandırılmaktadırlar.   |
| <b>Y kuşağı</b>             | 1980-1999 yılları arası doğanları kapsar. Rahat ve küreselleşmeye başlayan dünyanın çocuklarıdır. Bu kuşak için anahtar sözcük “gerçekçilik” tir.  |
| <b>Z kuşağı</b>             | 2000 ve sonrası doğanları kapsar. “Kristal nesil”, “Kuşak I”, “İnternet Kuşağı”, “Next Generation”, “iGen”ya da “Dijital Kuşak” olarak adlandırılmaktadır.   |

**Kaynak:** Altunbay ve Bıçak, 2018, s. 130; Ayhün, 2013, s. 97- 101; Çetin ve Karalar, 2016, s. 161; Kavalcı ve Ünal, 2016, s. 1035; Levickaite, 2010, s. 172; Uzun, 2016, s. 85.

Genel olarak, kuşaklar yaşa göre kategorize edilmektedir. Kuşağın göstergesi olarak yaş, toplumun anlaşılmasını basitleştirmek ve kolaylaştırmak için aracı bir rol üstlenmektedir. Her bir kuşağın, farklı özellik, kültür ve değer yargıları içermesi nedeniyle, bireylerin kendi kuşak grubunun davranışlarına benzer özellikler göstermeleri, ancak diğer kuşak gruplarının davranışlarından farklı özellikler göstermeleri beklenmektedir (Chen, 2010, s. 132). Ayrıca, bu kuşaklar arasında kesin olmamakla birlikte bir takım ayırt edici farklılıklar vardır (Queiri vd., 2014, s. 2000). Yani kuşaklar arasında belirgin farklılıklar olmakla beraber, benzer ya da ortak yönler de bulunabilmektedir. Yani yaşanan dönem her ülkede farklı algılandığından, ülkelere göre farklı sınıflandırma ortaya çıkmaktadır.

### Açık Alan Rekreasyon Faaliyeti Olarak Sıcak Hava Balonu

Doğa sporları ve açık alan macera rekreasyonu kapsamında 1700'lere kadar uzanan ve en temel uçak şekli olan sıcak hava balonu (Kül Avan ve Güçer, 2019, s. 64), önceleri farklı amaçlarla kullanılmış olsa da sonraları daha çok rekreasyonel amaçlı kullanılan aktivite haline gelmiştir. İnsanların yeni ve farklı rekreasyon aktivitelerini deneyimleme arzusu ve seyahat motivasyonlarının farklılaşması, rekreasyonel macera turizmi talebinde önemli değişikliklere neden olmaktadır. Alternatif rekreasyonel macera turizmi aktivitelerden olan sıcak hava balonu hızla büyüyen rekreasyon, spor ve tanıtım faaliyetlerinden birisidir (McConnell vd., 1985, s. 350). Sıcak hava balonu heyecan verici macera sporu olarak bilinmektedir (Kuan & San, 2003, s. 1). Sıcak hava balonu sporu, 1960'ların başlarında rekreasyonel canlanmanın başlamasıyla beraber zamanla daha popüler hale gelmiştir (Cowl vd., 1998, s. 1011).

Sıcak hava balon uçuşları, özel hava şartları gerektirmesi, sistematik bir organizasyona ihtiyaç duyması ve uçuşun gerçekleştiği bölgenin seyirlik olmasının istenmesi nedenleri ile diğer turistik ürünlerden farklılaşmaktadır. Açık alan rekreasyonel macera turizm faaliyetlerinden olan sıcak hava balonu uçuşları diğer aktivitelere kıyasla çok daha eşsiz ve daha sessiz bir seçenek sunmaktadır (Buckley, 2006, s. 383). Sıralanan hususlar dikkate alındığında, Türkiye’de en fazla uçuşun gerçekleştirildiği destinasyon olan Kapadokya Bölgesi, sıcak hava balonu turları yapılabilmesine uygun nitelikler taşımaktadır.

## Yöntem

Kapadokya Bölgesi'ni ziyaret eden yerli ve yabancı turistlerden gönüllü olanların, mevcut destinasyon ziyaretlerinde etkili olan itici motivasyon faktörleri boyutu değişkenlerinin kuşaklar, balon aktivitesine katılım ve seyahat amaçları ile ilişkilerinin çok boyutlu ölçekleme analizi aracılığıyla ortaya konulması amacıyla gerçekleştirilen bu çalışmanın verileri Kapadokya'daki 18 yaş ve üzeri tüm yerli ve yabancı bireylere gönüllülük esasına dayalı olarak 22 Ağustos 2020 - 08 Ocak 2021 tarihleri arasında yüz yüze anket yöntemiyle toplanmıştır.

Çalışmada, araştırmanın evrenini, Kapadokya Bölgesi'ni ziyaret eden yerli ve yabancı turistler oluşturmaktadır. Çalışmanın örneklemini, Kapadokya Bölgesi'ni turizm amaçlı ziyaret eden yerli ve yabancı turistlerden gönüllü olarak katılım niyeti gösteren 385 kişi oluşturmaktadır.

Araştırmada çok boyutlu ölçekleme (ÇBÖ) analizi ile Kapadokya ziyaretinde etkili olan ifadelerin "Kuşaklar", "Daha önce Balon Aktivitesine Katılmış mıydınız?" ve turistlerin "Kapadokya'ya geliş amaçları" ile ilişkileri algısal haritalar ile gösterilmiştir.

ÇBÖ analizi, objeler veya karar birimleri arasında gözlemlenen benzerlikler ya da farklılıklardan oluşan uzaklık değerlerine göre bu objelerin bir boyutlu veya çok boyutlu uzaydaki gösterimini elde etmeyi hedef alan, bu şekilde objeler arasındaki ilişkilerin tespit edilmesine imkan veren, birçok değişkenli bir istatistiksel analiz yöntemidir. Çok boyutlu algı haritalarında kullanılan stres değeri, ÇBÖ analizi çözümünün uygunluğuna karar vermede bir ölçüttür. Eğer analiz ile elde edilen stres değeri küçük ise bu değer çözümün uygun olduğunu göstermektedir. Aksine stres değeri yüksek bir değer ise kötü bir uyuma işaretler. Tablo 2'de stres değerinin alması gereken değere göre uyum değerleri gösterilmiştir (Wickelmaier, 2003, s. 13).

**Tablo 2.** Çok boyutlu ölçekleme analizinde kullanılan stres ve uygunluk değerleri

| Stres Değeri                  | Uygunluk |
|-------------------------------|----------|
| Stres değeri > 0,200          | Yetersiz |
| 0,100 > Stres değeri > 0,199  | Vasat    |
| 0,050 > Stres değeri > 0,099  | İyi      |
| 0,025 > Stres değeri > 0,049  | Çok İyi  |
| 0,000 > Stres değeri > 0,0249 | Mükemmel |

**Kaynak:** Wickelmaier, 2003, s. 13.

ÇBÖ analizinde kullanılan girdileri temsiliyet gücüne ilişkin olarak korelasyon endeksi karesi R<sup>2</sup> (RSQ) değerinin  $\geq 0,60$  olması da bir uyum ölçüsü olarak ele kullanılmaktadır (Garson, 2012, s. 46).

Algısal haritalarda kullanılan ve Kapadokya'ya seyahat eden bireylerin itici motivasyonlarını ölçmek amacıyla hazırlanmış olan faktörlerin listesi aşağıdaki gibidir:

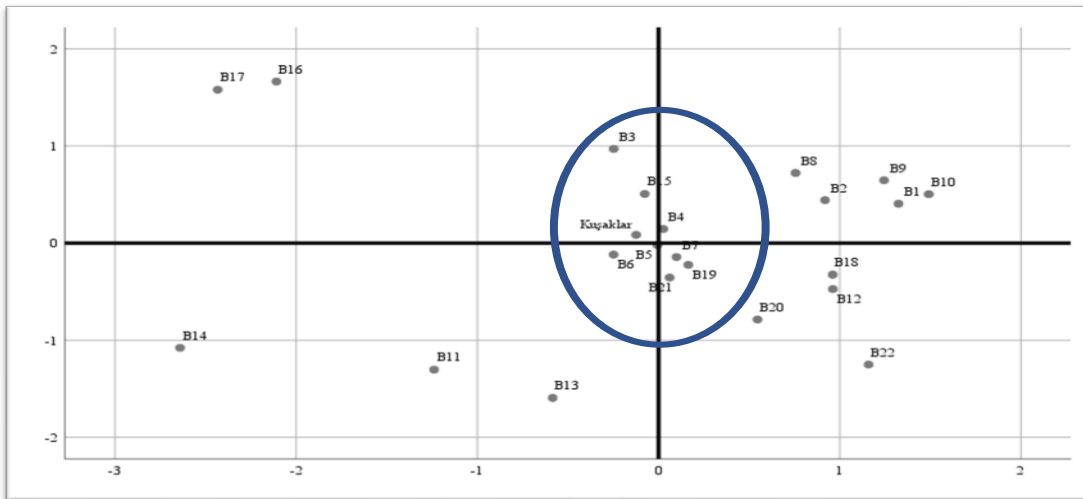
- B1- Yaşadığım yerden bir süreliğine uzaklaşmak
- B2- Kafamdaki sorunlardan bir süre uzak kalmak
- B3- İşe gitmeye bir süre ara vermek
- B4- Farklı bir yerde kendimi yeniden değerlendirmek
- B5- Farklı koşullar altında kendi özelliklerimi keşfetmek
- B6- Farklı bir sosyal çevrede kendimi yeniden konumlandırmak
- B7- Kendime ilişkin farklı yönleri keşfetmek

- B8- Dinlenmek  
 B9- Zihinsel olarak gevşemek (Kafamı dinlemek)  
 B10- İlgimi çeken faaliyetlere daha çok zaman ayırmak  
 B11- İtibar kazanmak (Prestij)  
 B12- Tatil dönüşü çevreme anlatacak deneyim kazanmak  
 B13- Çocuk gibi davranabilme özgürlüğü  
 B14- Nostalji yaşamak  
 B15- Sade ve doğal bir ortamı deneyimlemek  
 B16- Ailece daha samimi bir ortam yakalamak  
 B17- Ailece yapılacak faaliyetlere katılmak  
 B18- Yeni insanlarla tanışmak  
 B19- Her zamanki sosyal çevrem dışındaki insanlarla fikir alışverişi  
 B20- Sosyal çevremi genişletmek  
 B21- Yerel halk ile etkileşime geçmek  
 B22- Diğer turistlerle arkadaşlık kurmak, birlikte eğlenmek.

Ayrıca yine algısal haritada kullanılan “Daha önce balon aktivitesine katılmış mıydınız?” ifadesi A12 olarak gösterilirken, kuşaklar kodlanmadan, yazıldığı şekliyle yer almıştır.

## Bulgular

Bu bölümde araştırmada elde edilen bulgular ve bulgulara ilişkin yorumlar yer almakta olup, sonuçların güvenilirliği ve geçerliliği Tablo 2’deki Stress ve RSQ istatistiklerinin aldığı değerlere göre belirlenmiştir.



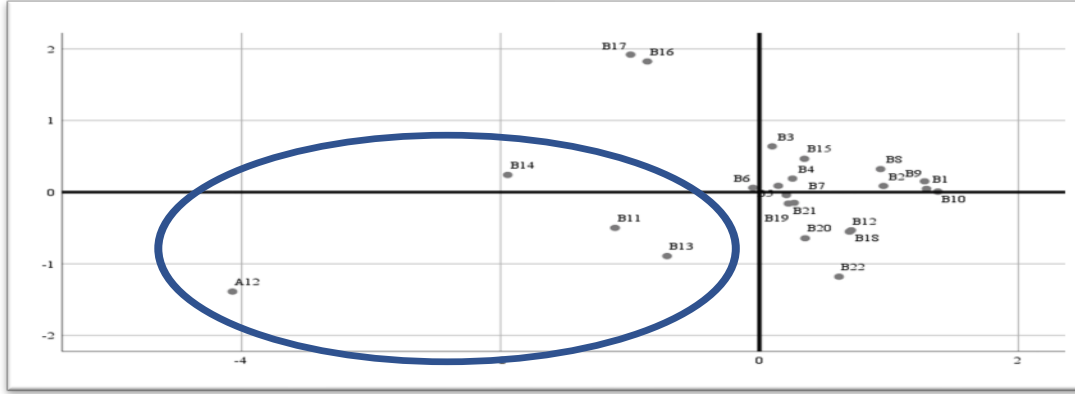
Stres Değeri = 0,07806    RSQ = 0,92274

**Şekil 2.** Araştırmaya katılan turistlerin “Mevcut Kapadokya Ziyaretlerinde Etkili Olan İfadeler (İtici Faktörler)” ile “Kuşaklar” a Göre Algısal Haritası

Yukarıda Şekil 2’de verilen algı haritası incelendiğinde; ilk olarak stres değerinin “İyi” düzeyde uygunluk sağladığını ve benzer şekilde RSQ istatistiğinin de gerekli uyum ölçüsünü sağladığı görülmüştür. İkinci olarak kuşakların ilgili olduğu değişkenler daire içinde olan değişkenlerdir. Buna göre kuşaklar ile; İşe gitmeye bir süre ara vermek (B3), Farklı bir yerde kendimi yeniden değerlendirmek (B4), Farklı koşullar altında kendi özelliklerimi



keşfetmek (B5), Farklı bir sosyal çevrede kendimi yeniden konumlandırmak (B6), Kendime ilişkin farklı yönleri keşfetmek (B7), Sade ve doğal bir ortamı deneyimlemek (B15), Her zamanki sosyal çevrem dışındaki insanlarla fikir alışverişi (B19) ve Yerel halk ile etkileşime geçmek (B21) değişkenlerinin yakın ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Belirtilen içsel motivasyon faktörlerini gösteren değişkenler, kuşakların Kapadokya destinasyonunu ziyaretlerinde ana belirleyicileri olarak görülmektedir.

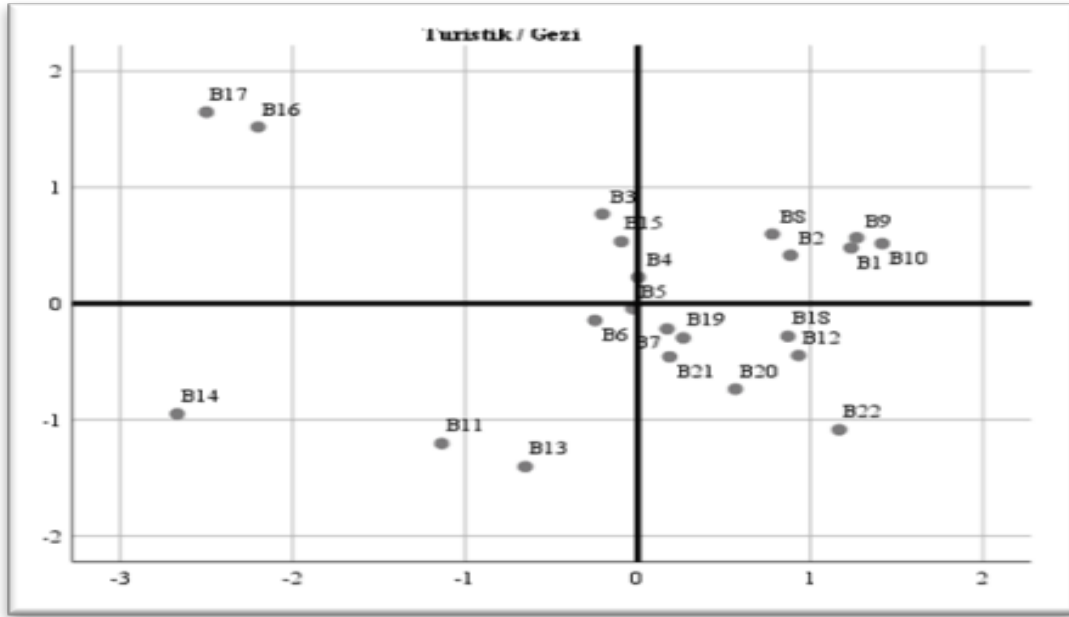


Stres Değeri = 0,09537    RSQ = 0,96951    A12 = Daha önce balon aktivitesine katılmış mıydınız?

**Şekil 3.** Araştırmaya Katılan Turistlerin “Mevcut Kapadokya Ziyaretlerinde Etkili Olan İfadeler (İtici Faktörler)” ile “Daha Önce Balon Aktivitesine Katılmış Mıydınız?” A Göre Algısal Haritası

Şekil 3’te verilen algı haritası incelendiğinde; ilk olarak stres değerinin “İyi” düzeyde uygunluk sağladığını ve benzer şekilde RSQ istatistiğinin de gerekli uyum ölçüsünü sağladığı görülmüştür. İkinci olarak Daha önce balon aktivitesine katılmış mıydınız? ilgili olduğu değişkenler daire içinde olan değişkenlerdir. Buna göre “Daha önce balon aktivitesine katılmış mıydınız?” ile; İtibar kazanmak (B11), Çocuk gibi davranabilme özgürlüğü (B13) ve Nostalji yaşamak (B14) değişkenlerinin yakın ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu değişkenler balon aktivitesine katılmanın ana belirleyicileridir. Yani bireyler Kapadokya’ya balon aktivitesine katılmada, itibar kazanmak, çocuk gibi davranabilme özgürlüğü ve nostalji yaşamak içsel motivasyon faktörlerini diğer motivasyon faktörlerine göre daha önemli görülmüştür.

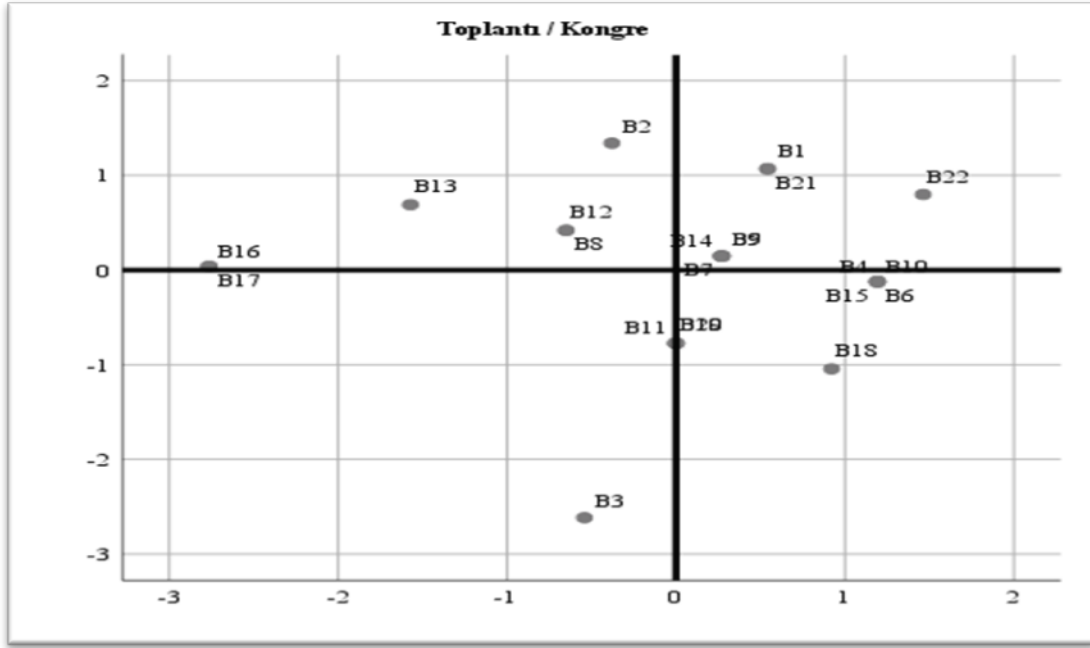
“Kapadokya’ya geliş amaçları” ile “Kapadokya ziyaretinde etkili olan itici motivasyon faktörleri (itici faktörler)” arasındaki ilişkinin belirlenmesi amacıyla düzenlenmiş olan algı haritalarında, ilişki derecesi itici motivasyon faktörlerinin (B değerlerinin) orijin noktasına yakınlığı veya uzaklığına göre değerlendirilmiştir. Kapadokya ziyaretinde etkili olan itici motivasyon faktörleri (B değerleri) orijin noktasına yakınlıklaştıkça, “Kapadokya’ya geliş amaçları” ile yakın ilişkili olduğu sonucu ortaya çıkmaktadır. Aşağıda ayrı ayrı Kapadokya’ya geliş amaçlarına göre turistlerin seyahatlerinde etkili olan itici faktörlerin algı haritaları verilmiştir. Her bir geliş amacında seyahate etki eden itici motivasyon faktörlerinin farklılaştığı görülmektedir.



Stres Değeri = 0,10727 RSQ = 0,81438

**Şekil 4.** Araştırmaya Katılan Turistlerin “Mevcut Kapadokya Ziyaretlerinde Etkili Olan İfadeler (İtici Faktörler)” ile Kapadokya’ya Geliş Amacı Olan “Turistik/ Gezi” Amacına Göre Algısal Haritası

Şekil 4’te verilen algı haritası incelendiğinde; ilk olarak stres değerinin “Vasat” düzeyde uygunluk sağladığını ve benzer şekilde RSQ istatistiğinin kısmen uyum ölçüsünü sağladığı görülmüştür. İkinci olarak, araştırmaya katılan turistlerin “Mevcut Kapadokya ziyaretlerinde etkili olan ifadeler” ile Kapadokya’ya geliş amaçlarından olan “Turistik/ Gezi” amacına göre algısal haritasından görüldüğü üzere, turistik veya gezi amacıyla Kapadokya destinasyonunu ziyaret eden katılımcıların daha çok orijinde daire içerisinde yer alan içsel motivasyon faktörleri ile yakın ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu değişkenler Turistik/ Gezi amacıyla Kapadokya’ya seyahat etmenin ana belirleyicileridir. Yani bireyler tarafından Kapadokya’ya Turistik/ Gezi amaçlı seyahat etmede, orijinde daire içerisindeki motivasyon faktörleri, diğer motivasyon faktörlerine göre daha önemli görülmüştür. Aynı zamanda diğer dairelerde yer alan, B16, B17 ile B11, B13 ve B14 itici motivasyon faktörleri birbirleri ile ilişkili ancak “Turistik/ Gezi” amacı ile aralarında uzak ilişki bulunmaktadır. Yani turistler Turistik/ Gezi amacıyla Kapadokya destinasyonuna seyahat ederlerken belirtilen itici motivasyonlar daha az etkili olmuştur.

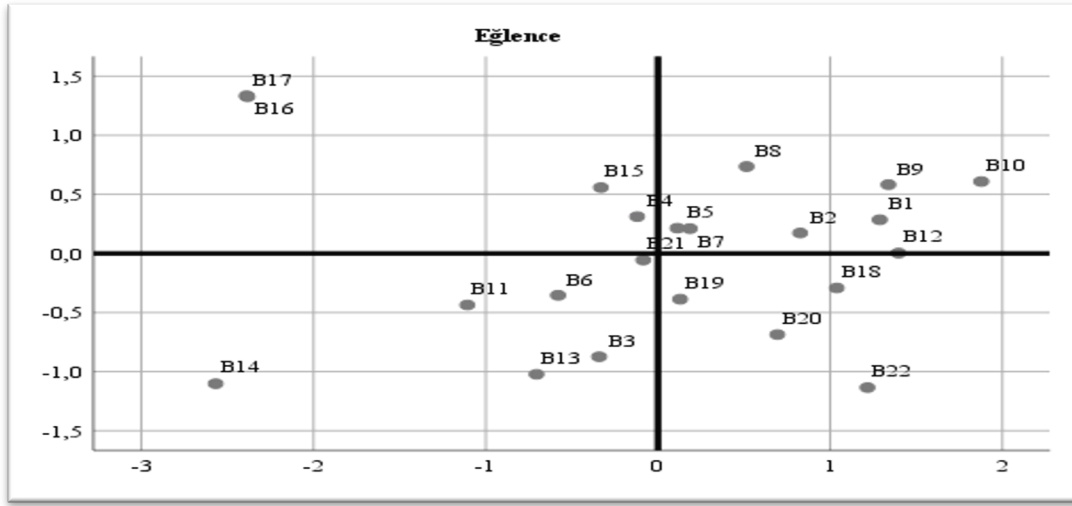


Stres Değeri = 0,13764 RSQ = 0,93229

**Şekil 5.** Araştırmaya Katılan Turistlerin “Mevcut Kapadokya Ziyaretlerinde Etkili Olan İfadeler (İtici Faktörler)” ile Kapadokya’ya Geliş Amacı Olan “Toplantı/ Kongre” Amacına Göre Algısal Haritası

Verilen algı haritası incelendiğinde şekil 5’te; ilk olarak stres değerinin “Vasat” düzeyde uygunluk sağladığını ve benzer şekilde RSQ istatistiğinin kısmen uyum ölçüsünü sağladığı görülmüştür. İkinci olarak, araştırmaya katılan turistlerin “Mevcut Kapadokya ziyaretlerinde etkili olan ifadeler” ile Kapadokya’ya geliş amaçlarından olan “Toplantı/ Kongre” amacına göre algısal haritasından görüldüğü üzere, toplantı veya kongre amacıyla Kapadokya destinasyonunu ziyaret eden katılımcıların daha çok orijinde daire içerisinde yer alan içsel motivasyon faktörleri ile yakın ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu değişkenler Toplantı/ Kongre amacıyla Kapadokya’ya seyahat etmenin ana belirleyicileridir. Yani bireyler tarafından Kapadokya’ya Toplantı/ Kongre amaçlı seyahat etmede, orijinde daire içerisindeki motivasyon faktörleri, diğer motivasyon faktörlerine göre daha önemli görülmüştür. Aynı zamanda diğer dairelerde yer alan, B3 ile B13, B16 ve B17 itici motivasyon faktörleri birbirleri ile ilişkili ancak “Toplantı/ Kongre” amacı ile aralarında uzak ilişki bulunmaktadır. Yani turistler Toplantı/ Kongre amacıyla Kapadokya destinasyonuna seyahat ederlerken belirtilen itici motivasyonlar daha az etkili olmuştur.

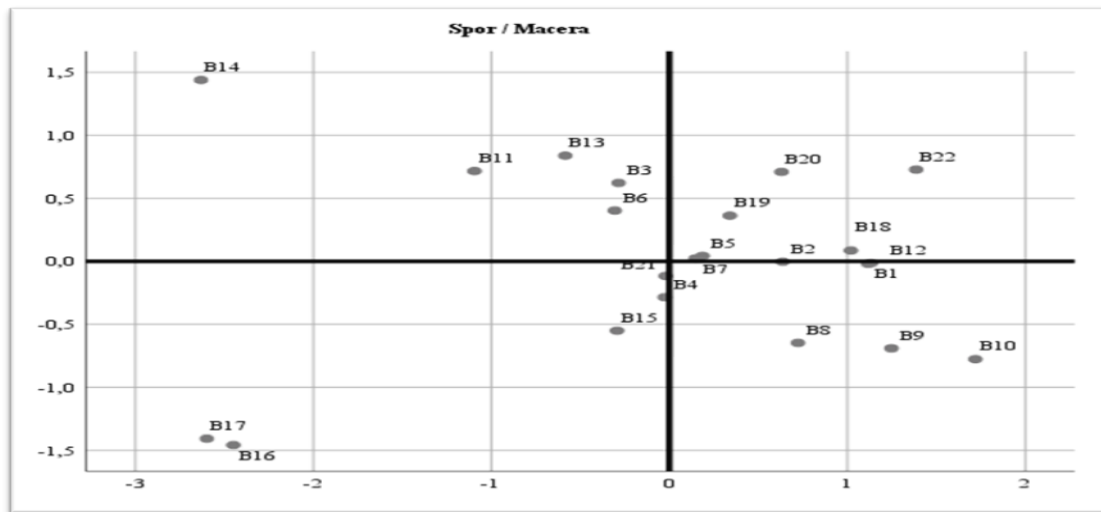
Şekil 6’da verilen algı haritası incelendiğinde; ilk olarak stres değerinin “Vasat” düzeyde uygunluk sağladığını ve benzer şekilde RSQ istatistiğinin kısmen uyum ölçüsünü sağladığı görülmüştür. İkinci olarak, araştırmaya katılan turistlerin “Mevcut Kapadokya ziyaretlerinde etkili olan ifadeler” ile Kapadokya’ya geliş amaçlarından olan “Eğlence” amacına göre algısal haritasından görüldüğü üzere, eğlence amacıyla Kapadokya destinasyonunu ziyaret eden katılımcıların daha çok orijinde daire içerisinde yer alan içsel motivasyon faktörleri ile yakın ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu değişkenler eğlence amacıyla Kapadokya’ya seyahat etmenin ana belirleyicileridir. Yani bireyler tarafından Kapadokya’ya eğlence amaçlı seyahat etmede, orijinde daire içerisindeki motivasyon faktörleri, diğer motivasyon faktörlerine göre daha önemli görülmüştür. Aynı zamanda diğer dairelerde yer alan, B14 ile B16 ve B17 itici motivasyon faktörleri birbirleri ile ilişkili ancak “Eğlence” amacı ile aralarında uzak ilişki bulunmaktadır. Yani turistler eğlence amacıyla Kapadokya destinasyonuna seyahat ederlerken belirtilen itici motivasyonlar daha az etkili olmuştur.



Stres Değeri = 0,11616 RSQ = 0,91105

**Şekil 6.** Araştırmaya Katılan Turistlerin “Mevcut Kapadokya Ziyaretlerinde Etkili Olan İfadeler (İtici Faktörler)” ile Kapadokya’ya Geliş Amacı Olan “Eğlence” Amacına Göre Algısal Haritası

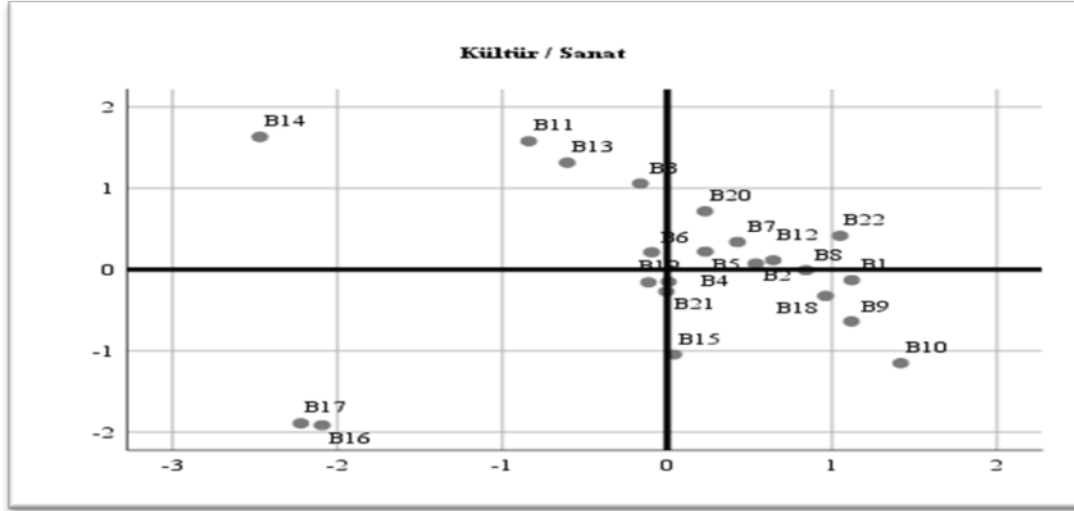
Şekil 7’de verilen algı haritası incelendiğinde; ilk olarak stres değerinin “Vasat” düzeyde uygunluk sağladığını ve benzer şekilde RSQ istatistiğinin kısmen uyum ölçüsünü sağladığı görülmüştür. İkinci olarak, araştırmaya katılan turistlerin “Mevcut Kapadokya ziyaretlerinde etkili olan ifadeler” ile Kapadokya’ya geliş amaçlarından olan “Spor/ Macera” amacına göre algısal haritasından görüldüğü üzere, Spor/ Macera amacıyla Kapadokya destinasyonunu ziyaret eden katılımcıların daha çok orijinde daire içerisinde yer alan içsel motivasyon faktörleri ile yakın ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu değişkenler Spor/ Macera amacıyla Kapadokya’ya seyahat etmenin ana belirleyicileridir. Yani bireyler tarafından Kapadokya’ya Spor/ Macera amaçlı seyahat etmede, orijinde daire içerisindeki motivasyon faktörleri, diğer motivasyon faktörlerine göre daha önemli görülmüştür. Aynı zamanda diğer dairelerde yer alan, B14 ile B16 ve B17 itici motivasyon faktörleri birbirleri ile ilişkili ancak “Spor/ Macera” amacı ile aralarında uzak ilişki bulunmaktadır. Yani turistler Spor/ Macera amacıyla Kapadokya destinasyonuna seyahat ederlerken belirtilen itici motivasyonlar daha az etkili olmuştur.



Stres Değeri = 0,12158 RSQ = 0,89436

**Şekil 7.** Araştırmaya Katılan Turistlerin “Mevcut Kapadokya Ziyaretlerinde Etkili Olan İfadeler (İtici Faktörler)” ile Kapadokya’ya Geliş Amacı Olan “Spor/ Macera” Amacına Göre Algısal Haritası

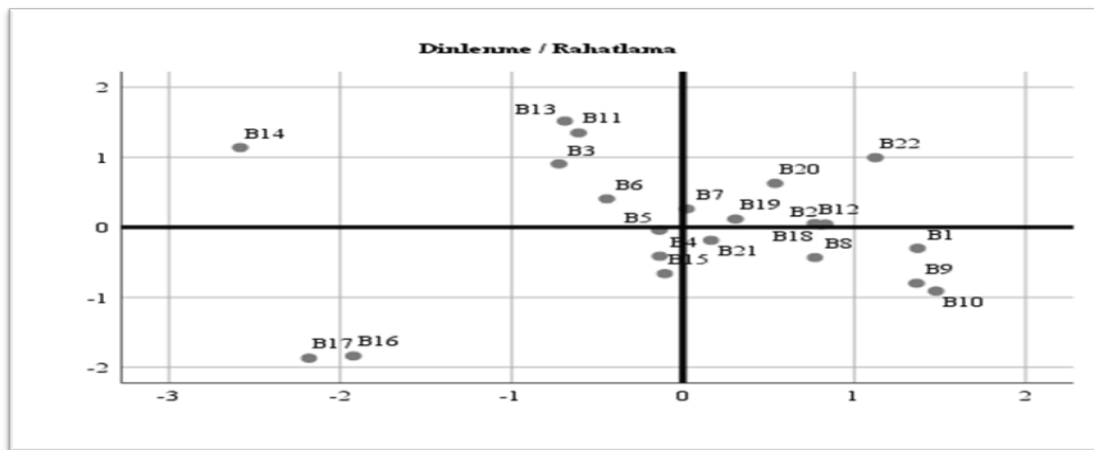
Verilen algı haritası incelendiğinde; Şekil 8’de ilk olarak stres değerinin “Vasat” düzeyde uygunluk sağladığını ve benzer şekilde RSQ istatistiğinin kısmen uyum ölçüsünü sağladığı görülmüştür. İkinci olarak, araştırmaya katılan turistlerin “Mevcut Kapadokya ziyaretlerinde etkili olan ifadeler” ile Kapadokya’ya geliş amaçlarından olan “Kültür/ Sanat” amacına göre algısal haritasından görüldüğü üzere, Kültür/ Sanat amacıyla Kapadokya destinasyonunu ziyaret eden katılımcıların daha çok orijinde daire içerisinde yer alan içsel motivasyon faktörleri ile yakın ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır.



Stres Değeri = 0,11616 RSQ = 0,91105

**Şekil 8.** Araştırmaya Katılan Turistlerin “Mevcut Kapadokya Ziyaretlerinde Etkili Olan İfadeler (İtici Faktörler)” ile Kapadokya’ya Geliş Amacı Olan “Kültür/ Sanat” Amacına Göre Algısal Haritası

Bu değişkenler Kültür/ Sanat amacıyla Kapadokya’ya seyahat etmenin ana belirleyicileridir. Yani bireyler tarafından Kapadokya’ya Kültür/ Sanat amaçlı seyahat etmede, orijinde daire içerisindeki motivasyon faktörleri, diğer motivasyon faktörlerine göre daha önemli görülmüştür. Aynı zamanda diğer dairelerde yer alan, B14 ile B16 ve B17 itici motivasyon faktörleri birbirleri ile ilişkili ancak “Kültür/ Sanat” amacı ile aralarında uzak ilişki bulunmaktadır. Yani turistler Kültür/ Sanat amacıyla Kapadokya destinasyonuna seyahat ederlerken belirtilen itici motivasyonlar daha az etkili olmuştur.

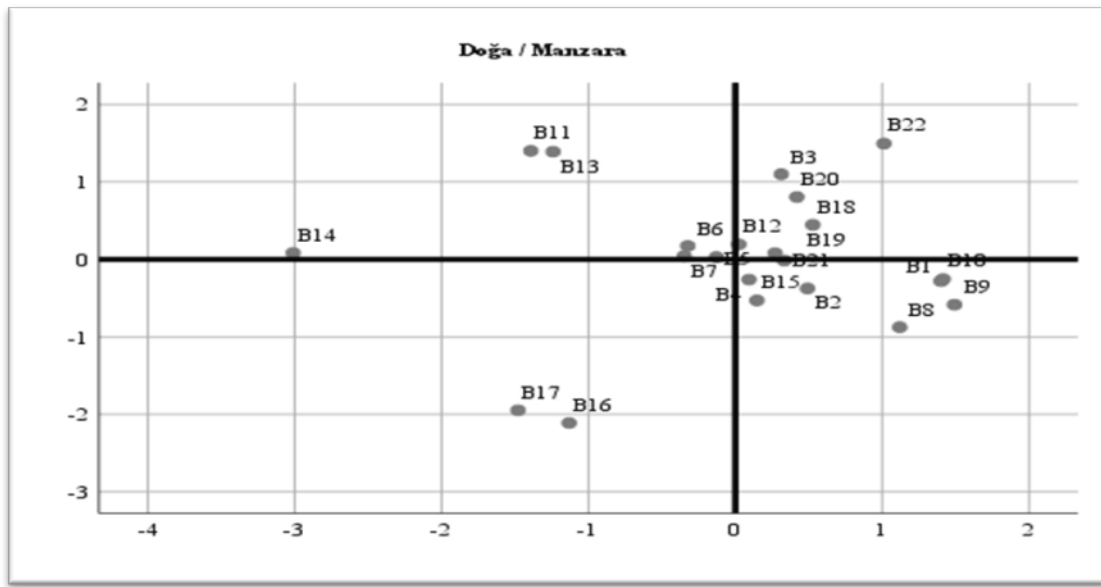


Stres Değeri = 0,11616 RSQ = 0,91105

**Şekil 9.** Araştırmaya Katılan Turistlerin “Mevcut Kapadokya Ziyaretlerinde Etkili Olan İfadeler (İtici Faktörler)” ile Kapadokya’ya Geliş Amacı Olan “Dinlenme/ Rahatlama” Amacına Göre Algısal Haritası



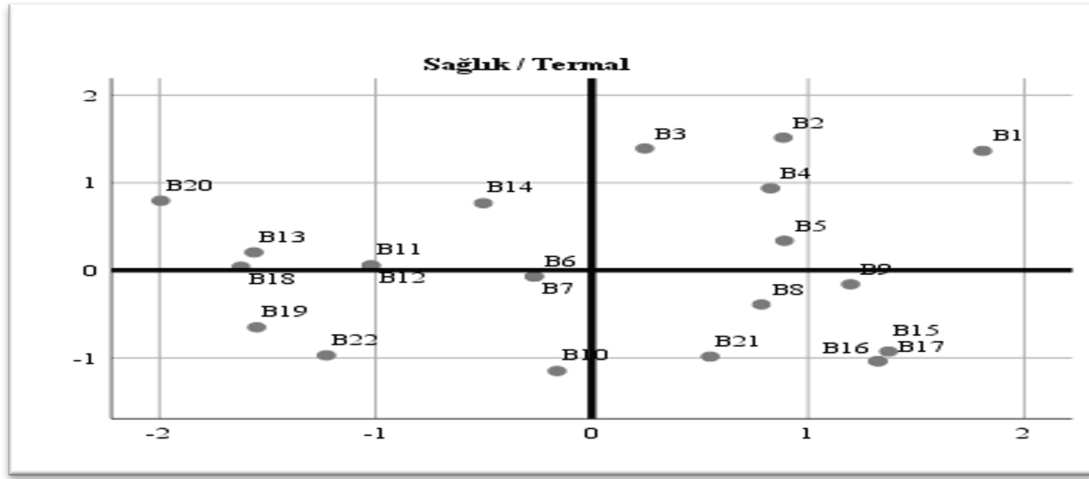
Şekil 11'deki algı haritası incelendiğinde; ilk olarak stres değerinin “Vasat” düzeyde uygunluk sağladığını ve benzer şekilde RSQ istatistiğinin kısmen uyum ölçüsünü sağladığı görülmüştür. İkinci olarak, araştırmaya katılan turistlerin “Mevcut Kapadokya ziyaretlerinde etkili olan ifadeler” ile Kapadokya’ya geliş amaçlarından olan “Doğa/ Manzara” amacına göre algısal haritasından görüldüğü üzere, Doğa/ Manzara amacıyla Kapadokya destinasyonunu ziyaret eden katılımcıların daha çok orijinde daire içerisinde yer alan içsel motivasyon faktörleri ile yakın ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu değişkenler Doğa/ Manzara amacıyla Kapadokya’ya seyahat etmenin ana belirleyicileridir. Yani bireyler tarafından Kapadokya’ya Doğa/ Manzara amaçlı seyahat etmede, orijinde daire içerisindeki motivasyon faktörleri, diğer motivasyon faktörlerine göre daha önemli görülmüştür. Aynı zamanda diğer dairelerde yer alan, B14 ile B11, B13 ve B16, B17 itici motivasyon faktörleri birbirleri ile ilişkili ancak “Doğa/ Manzara” amacı ile aralarında uzak ilişki bulunmaktadır. Yani turistler Doğa/ Manzara amacıyla Kapadokya destinasyonuna seyahat ederlerken belirtilen itici motivasyonlar daha az etkili olmuştur.



Stres Değeri = 0,12799 RSQ = 0,93801

**Şekil 11.** Araştırmaya Katılan Turistlerin “Mevcut Kapadokya Ziyaretlerinde Etkili Olan İfadeler (İtici Faktörler)” ile Kapadokya’ya Geliş Amacı Olan “Doğa/ Manzara” Amacına Göre Algısal Haritası

Şekil 12’ye göre, algı haritası incelendiğinde; ilk olarak stres değerinin “Vasat” düzeyde uygunluk sağladığını ve benzer şekilde RSQ istatistiğinin kısmen uyum ölçüsünü sağladığı görülmüştür.



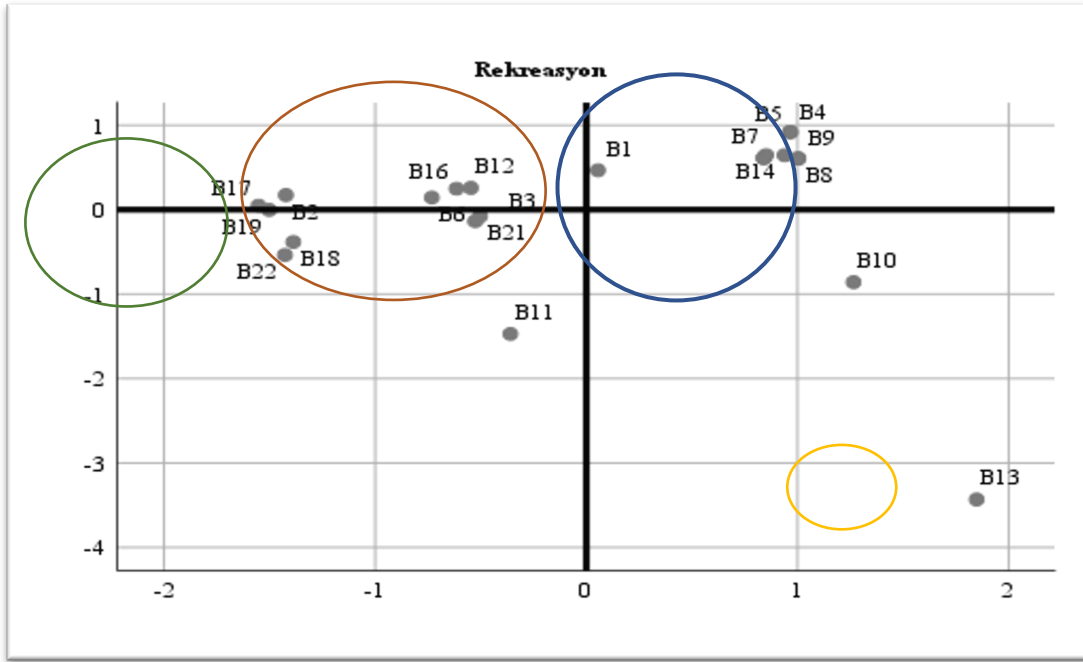
Stres Değeri = 0,13533 RSQ = 0,93481

**Şekil 12.** Araştırmaya Katılan Turistlerin “Mevcut Kapadokya Ziyaretlerinde Etkili Olan İfadeler (İtici Faktörler)” ile Kapadokya’ya Geliş Amacı Olan “Sağlık/ Termal” Amacına Göre Algısal Haritası

Araştırmaya katılan turistlerin “Mevcut Kapadokya ziyaretlerinde etkili olan ifadeler” ile Kapadokya’ya geliş amaçlarından olan “Sağlık/ Termal” amacına göre algısal haritasından görüldüğü üzere, Sağlık/ Termal amacıyla Kapadokya destinasyonunu ziyaret eden katılımcıların daha çok orijinde daire içerisinde yer alan içsel motivasyon faktörleri ile yakın ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu değişkenler Sağlık/ Termal amacıyla Kapadokya’ya seyahat etmenin ana belirleyicileridir. Yani bireyler tarafından Kapadokya’ya Sağlık/ Termal amaçlı seyahat etmede, orijinde daire içerisindeki motivasyon faktörleri, diğer motivasyon faktörlerine göre daha önemli görülmüştür. Aynı zamanda diğer dairelerde yer alan, B1 ile B11, B12, B13, B18, B19, B20, B22 itici motivasyon faktörleri birbirleri ile ilişkili ancak “Sağlık/ Termal” amacı ile aralarında uzak ilişki bulunmaktadır. Yani turistler Sağlık/ Termal amacıyla Kapadokya destinasyonuna seyahat ederlerken belirtilen itici motivasyonlar daha az etkili olmuştur.

Algı haritası incelendiğinde; ilk olarak stres değerinin “Vasat” düzeyde uygunluk sağladığını ve benzer şekilde RSQ istatistiğinin kısmen uyum ölçüsünü sağladığı görülmüştür. Şekil 13’te görüldüğü üzere, araştırmaya katılan turistlerin “Mevcut Kapadokya ziyaretlerinde etkili olan ifadeler” ile Kapadokya’ya geliş amaçlarından olan “Rekreasyon” amacına göre algısal haritasından görüldüğü üzere, rekreasyon amacıyla Kapadokya destinasyonunu ziyaret eden katılımcıların daha çok orijinde daire içerisinde yer alan içsel motivasyon faktörleri ile yakın ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır.



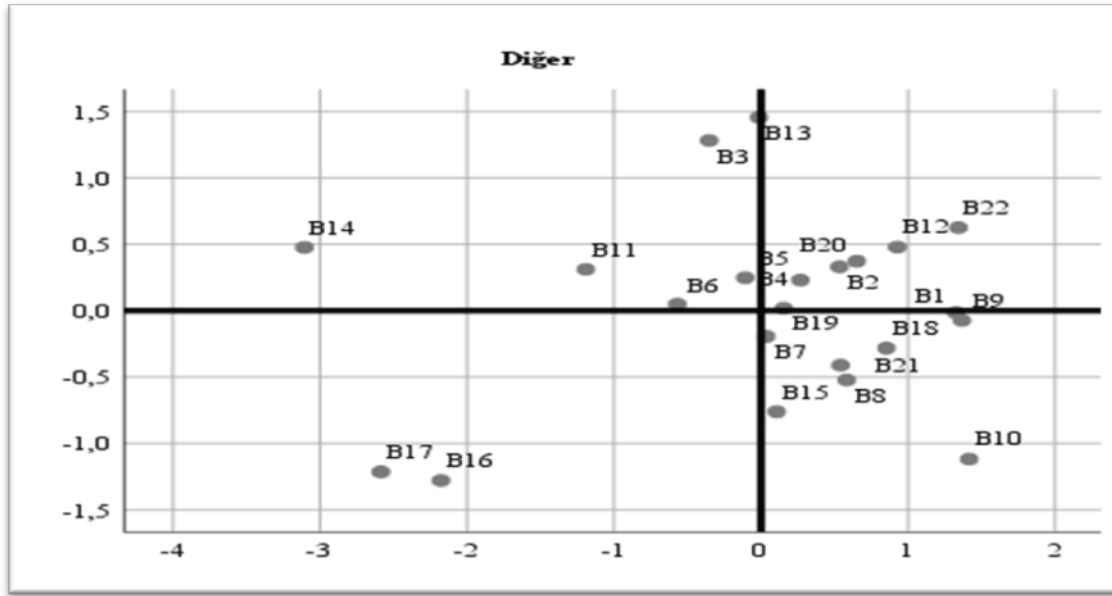


Stres değeri = 0,13390 RSQ = 0,93455

**Şekil 13.** Araştırmaya Katılan Turistlerin “Mevcut Kapadokya Ziyaretlerinde Etkili Olan İfadeler (İtici Faktörler)” ile Kapadokya’ya Geliş Amacı Olan “Rekreasyon” Amacına Göre Algısal Haritası

Bu değişkenler rekreasyon amacıyla Kapadokya’ya seyahat etmenin ana belirleyicileridir. Yani bireyler tarafından Kapadokya’ya rekreasyon amaçlı seyahat etmede, orijinde daire içerisindeki motivasyon faktörleri, diğer motivasyon faktörlerine göre daha önemli görülmüştür. Görüldüğü üzere rekreasyon amaçlı Kapadokya’ya seyahat eden bireylerin motivasyonları birbirlerinden farklılık göstermektedir. Aynı zamanda diğer dairelerde yer alan, B13 ile B2, B17, B18, B19 ve B4, B5, B7, B8, B9, B10, B14 itici motivasyon faktörleri birbirleri ile ilişkili ancak “Rekreasyon” amacı ile aralarında uzak ilişki bulunmaktadır. Yani turistler rekreasyon amaçlı Kapadokya destinasyonuna seyahat ederlerken belirtilen itici motivasyonlar daha az etkili olmuştur.

Algı haritasına göre; ilk olarak stres değerinin “Vasat” düzeyde uygunluk sağladığını ve benzer şekilde RSQ istatistiğinin kısmen uyum ölçüsünü sağladığı görülmüştür. Şekil 14’te görüldüğü üzere, araştırmaya katılan turistlerin “Mevcut Kapadokya ziyaretlerinde etkili olan ifadeler” ile Kapadokya’ya geliş amaçlarından olan “Diğer” amaçlara göre algısal haritasından görüldüğü üzere, diğer amaçlarla Kapadokya destinasyonunu ziyaret eden katılımcıların daha çok orijinde daire içerisinde yer alan içsel motivasyon faktörleri ile yakın ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu değişkenler diğer amaçlarla Kapadokya’ya seyahat etmenin ana belirleyicileridir. Yani bireyler tarafından Kapadokya’ya diğer amaçlar ile seyahat etmede, orijinde daire içerisindeki motivasyon faktörleri, orijinden uzak konumdaki motivasyon faktörlerine göre daha önemli görülmüştür.



Stres Değeri = 0,14788 RSQ = 0,91945

**Şekil 14.** Araştırmaya katılan turistlerin “Mevcut Kapadokya ziyaretlerinde etkili olan ifadeler (itici faktörler)” ile Kapadokya’ya geliş amacı olan “Diğer” amacına göre algısal haritası

Görüldüğü üzere diğer amaçlarla Kapadokya’ya seyahat eden bireylerin motivasyonları birbirlerinden farklılık göstermektedir. Aynı zamanda orijinden uzak konumdaki dairelerde yer alan, B14 ile B16, B17 itici motivasyon faktörleri birbirleri ile ilişkili ancak “Diğer” amaçlar ile aralarında uzak ilişki bulunmaktadır. Yani turistler diğer amaçlar ile Kapadokya destinasyonuna seyahat ederlerken belirtilen itici motivasyonlar daha az etkili olmuştur.

## Sonuç

İnsanların boş zamanlarından doğan bir gereksinim olarak düşünülen ve modern yaşamda önemi giderek artan rekreasyon faaliyetlerine katılım, temelde insanları tatil amaçlı seyahat etmeye yönlendirmektedir. Seyahat, turizm ve rekreasyon kavramlarının temelini oluşturan tatil gereksinimi, bireylerin boş zamanlarında ortaya çıkan içsel bir dürtüdür.

Turizm faaliyetlerine katılmak için çeşitli nedenler bulunmaktadır. İnsanlar çeşitli ihtiyaçları doğrultusunda, ortaya çıkan farklı motivasyonlar ile turizme farklı amaçlar için katılmaktadırlar. Farklı ihtiyaçlar ile ortaya çıkan bu amaçlar, turizm alan yazınından çıkarılan temel sonuç olarak, motivasyon faktörlerinin itici ve çekici faktörler olarak ikiye ayrıldığıdır (Crampton, 1979; Dann, 1981). Motivasyon kavramı, özünde insanların davranışlarını eyleme geçiren itici güç olarak ifade edilmektedir. Bu nedenle, insanların en yaygın gereksinimlerinden birisi, rekreasyonel seyahat motivasyonu olarak ortaya çıkan rekreasyon amaçlı seyahatlerdir.

Turistik destinasyonlar, farklı rekreasyonel aktiviteleri ve kendilerine özgü çekicilikleri bir arada sunarak, farklı içsel motivasyonlar ile seyahat eden bireyleri çekmektedir. Söz konusu bu itici motivasyon faktörleri, bireylerin seyahatlerini gerçekleştirmelerinde, tatil yeri seçimi, destinasyon çekicilikleri, rekreasyonel aktivite olanakları gibi kriterler önemli rol oynamaktadır. Bu çerçevede değerlendirildiğinde araştırma, çok boyutlu ölçekleme (ÇBÖ) analizi kullanılarak, turistlerin Kapadokya ziyaretlerinde etkili olan itici faktörleri oluşturan ifadelerin, “Kuşaklar”, “Daha önce balon aktivitesine katılmış mıydınız?” ve “Kapadokya’yı ziyaret amaçları” ile ilişkilerinin algısal haritalar aracılığı ile gösterilmesi amacıyla gerçekleştirilmiştir.

Birbirlerinden farklılık gösteren ayrı yaş gruplarının seyahat davranışlarının belirlenmesi ve bu farklılıklara uygun mal ve hizmetlerin geliştirilmesi turizm pazarlaması açısından önemli bir konu olarak görülmektedir (Çöp vd., 2020, s. 2528). Kuşaklar ve itici seyahat motivasyonları ile ilgili çalışmalar incelendiğinde, farklı açılardan ele alınmış pek çok çalışmanın yapıldığını görmek mümkündür. Aşık (2020), Y kuşağı ile Z kuşağı arasında seyahat motivasyonu ve destinasyon seçimi açısından bir farklılık olup olmadığını araştırılmak amacıyla yaptığı çalışmada, kuşaklar arasında destinasyon seçimini etkileyen birtakım faktörler açısından anlamlı farklılıklar olduğu belirlenmiştir. Çöp vd. (2020) tarafından gerçekleştirilen çalışmada, X, Y ve Z kuşaklarının seyahat motivasyonlarının farklılık gösterip göstermediği incelenmiş olup, sonuç olarak seyahat motivasyonlarının kuşaklara göre birtakım farklılıklar gösterdiği tespit edilmiştir. Yapılan bu çalışma kapsamında, kuşaklar ile itici motivasyon ifadelerinin ilişkileri incelenmiş ve buna göre; İşe gitmeye bir süre ara vermek (B3), Farklı bir yerde kendimi yeniden değerlendirmek (B4), Farklı koşullar altında kendi özelliklerimi keşfetmek (B5), Farklı bir sosyal çevrede kendimi yeniden konumlandırmak (B6), Kendime ilişkin farklı yönleri keşfetmek (B7), Sade ve doğal bir ortamı deneyimlemek (B15), Her zamanki sosyal çevrem dışındaki insanlarla fikir alışverişi (B19) ve Yerel halk ile etkileşime geçmek (B21) motivasyon değişkenlerinin kuşaklar ile yakın ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Belirtilen içsel motivasyon faktörlerini gösteren değişkenler, kuşaklara göre belirlenen turistlerin Kapadokya destinasyonunu ziyaretlerinde ana belirleyicileri olarak görülmektedir. Dolayısıyla turistlerin Kapadokya'yı ziyaretlerinde kuşaklar ile itici motivasyon faktörleri (B3, B4, B5, B6, B7, B15, B19, B21) arasında yakın ilişki bulunmaktadır.

Tüketici eğilimlerinin sürekli değişmesiyle birlikte alternatif turizm türlerine doğru artan bir eğilim durumu söz konusu olmaktadır. Alternatif turizm türlerinden birisi olan sıcak hava balonu turizmi de turistler tarafından farklı bir deneyim ve görsellik sunması bakımından tercih edilmektedir. Şalk vd. (2018) tarafından, tatilcilerin çadırli kamp faaliyetlerine katılım motivasyonlarının belirlenmesi amacıyla gerçekleştirilen çalışmada, çadırli kamp aktivitesine katılımda etkili olan itici motivasyonların, rahatlama, prestij, yenilik ve bilgi arayışı ve sosyalleşmek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ülker vd. (2016), Manavgat Kano Festivali'ne katılan sporcuların kano sporuna yönelik motivasyonlarının belirlenmesi amacıyla gerçekleştirdikleri çalışmada dört motivasyon boyutu (aktiflik, rahatlama, öğrenme ve geliştirme) belirlenmiştir. Gerçekleştirilen mevcut çalışma kapsamında, rekreasyon aktivitesine katılım ile içsel seyahat motivasyon faktörleri arasındaki ilişkiyi ortaya koymak için "Daha önce balon aktivitesine katılmış mıydınız?" ile itici motivasyon ifadelerinin ilişkileri incelendiğinde; İtibar kazanmak (B11), Çocuk gibi davranabilme özgürlüğü (B13) ve Nostalji yaşamak (B14) değişkenlerinin yakın ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu değişkenler balon aktivitesine katılmanın ana belirleyicileri olarak ortaya çıkmaktadırlar. Yani bireylerin mevcut Kapadokya ziyaretlerindeki balon aktivitesine katılımlarında, itibar kazanmak, çocuk gibi davranabilme özgürlüğü ve nostalji yaşamak içsel motivasyon faktörleri diğer motivasyon faktörlerine göre daha önemli görülmektedir.

Kapadokya'ya seyahat eden bireylerden daha önce balon aktivitesine katılanların itici motivasyonları değerlendirildiğinde, özellikle itibar kazanmak motivasyonu bireylerin içinde buldukları statüden farklı bir konuma erişme isteklerini ifade etmektedir. Sıcak hava balon turu aktivitesi katılım ücretlerinin yüksek olması ve belli düzeydeki bireylere hitap etmesi, aktiviteye katılan turistlerde daha fazla itibar kazanma motivasyonu sağlaması açısından önemli görülmektedir. Bu nedenle seyahat acenteleri ve rehberler tarafından, turistlerin itibar kazanma motivasyonları temel alınarak, sıcak hava balon turu aktivitesinin tanıtım ve pazarlaması yapılarak etkin katılımları sağlanmalıdır.

Araştırmadan elde edilen veriler doğrultusunda “Kapadokya’yı ziyaret amaçları” ile itici motivasyon ifadelerinin ilişkileri çok boyutlu algı haritalarına göre incelendiğinde, Kapadokya destinasyonuna farklı amaçlarla seyahat eden turistlerin motivasyonlarının birbirlerinden farklılaştığı görülmüştür. Seyahat acenteleri, Kapadokya’ya düzenleyecekleri tur programlarında, seyahat amacı doğrultusunda turistlerin farklı motivasyonel beklentilerine cevap verebilecek nitelikte alternatif çekicilikler sunmaları önem arz etmektedir.

Araştırmadan elde edilen bulgular genel olarak değerlendirildiğinde, itici seyahat motivasyon faktörleri ile kuşaklar, balon aktivitesine katılım ve Kapadokya destinasyonunu ziyaret amaçları arasında ilişki olduğu görülmektedir. Bireylerin Kapadokya’ya seyahat etmelerinde etkili olan itici motivasyon faktörleri değerlendirildiğinde, destinasyon seçimlerinde kuşaklara göre motivasyon faktörlerinin belirlenmesinin önemli olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda destinasyonlar, turizm pazarında tanıtım ve pazarlama faaliyetlerini gerçekleştirirken kuşaklara göre itici seyahat motivasyon faktörlerini göz önünde bulundurmalarıdır.

Çalışmada, Kapadokya Bölgesi’ne rekreasyonel seyahat eden bireylerin mevcut ziyaretlerinde etkili olan itici motivasyon faktörleri ile kuşaklar, daha önce balon aktivitesine katılım ve ziyaret amaçları arasındaki ilişki çok boyutlu algı haritaları yardımıyla ortaya konulmaya çalışılmış olup, sonraki çalışmalarda kuşakların detaylandırılarak, X, Y ve Z kuşaklarının farklı destinasyonlara seyahat etmelerinde etkili olan itici ve çekici motivasyonlar ile rekreasyon aktivitelerine katılım ilişkisinin çok boyutlu ölçekleme analizi ile haritalanması farklı bir bakış açısı ortaya koyabilmek açısından önemlidir.

## KAYNAKÇA

- Altunbay, M. & Bıçak, N. (2018). Türkçe eğitimi derslerinde “z kuşağı” bireylerine uygun teknoloji tabanlı uygulamaların kullanımı. *ZfWT*, 10, No. 1, 127-142.
- Aşık, N. A. (2020). Seyahat motivasyonları ve destinasyon seçimi: y ve z kuşakları arasında bir karşılaştırma. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(3), 1746-1762.
- Ayhün, S. E. (2013). Kuşaklar arasındaki farklılıklar ve örgütsel yansımaları. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 2(1): 93-112.
- Beerli, A. & Martin, J. D. (2004). Factors influencing destination image. *Annals of Tourism Research*, 31(3), 657-681.
- Boz, M. & Saçılık, M. Y. (2018). Kırsal turizm gelişiminde turist tipolojisinin seyahat alışkanlıkları açısından belirlenmesi: çeşitli turist grupları üzerine karşılaştırmalı bir araştırma. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 8(1), 60-74.
- Buckley, R. (2006). *Adventure tourism*. UK: CAB International.
- Chen, H. (2010). Advertising and generational identity: A theoretical model. In American Academy of Advertising. Conference. Proceedings (Online) (p. 132). American Academy of Advertising.
- Cowl, C. T., Jones, M. P., Lynch, C. F., Sprince, N. L., Zwerling, C. & Fuortes, L. J. (1998). Factors associated with fatalities and injuries from hot-air balloon crashes. *Jama*, 279(13), 1011-1014.

- Crompton, J. L. (1979). Motivations for pleasure vacation. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 408-424.
- Crompton, J. L. & McKay, S. L. (1997). Motives of visitors attending festival events. *Annals of Tourism Research*, 24(2), 425-439.
- Çetin, C. & Karalar, S. (2016). X, Y ve Z kuşağı öğrencilerin çok yönlü ve sınırsız kariyer algıları üzerine bir araştırma, *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 28, 157-197.
- Çöp, S., İbiş S. & Kızıldemir, Ö. (2020). Seyahat motivasyonlarının X, Y ve Z kuşaklarına göre farklılıklarının incelenmesi üzerine bir araştırma. *OPUS-Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 16(30), 2528-2550. DOI: 10.26466/opus.693787.
- Dann, G. M. (1977). Anomie, ego-enhancement and tourism. *Annals of Tourism Research*, 4(4), 184-194.
- Dann, G. M. (1981). Tourist motivation an appraisal. *Annals of Tourism Research*, 8(2), 187-219.
- Demirci Orel, F. & Yavuz, M. C. (2003). Rekreasyonel turizmde müşteri potansiyelinin belirlenmesine yönelik bir pilot çalışma. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(11), 61-76.
- Garson, G. D. (2012). *Testing statistical assumptions*. Asheboro, NC: Statistical Associates Publishing.
- Gökçe, H. (2008). *Serbest zaman doyumunun yaşam doyumunu ve sosyo-demografik değişkenlerle ilişkisinin incelenmesi* (Yükseklisans Tezi). Denizli: Pamukkale Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Iso-Ahola, S. E. (1983). Towards a social psychology of recreational travel. *Leisure Studies*, 2(1), 45-56.
- Kavalcı, K. & Ünal, S. (2016). Y ve Z kuşaklarının öğrenme stilleri ve tüketici karar verme tarzları açısından karşılaştırılması, *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20 (3), 1033-1050.
- Kim, S. S., Lee, C. K. & Klenosky, D. B. (2003). The influence of push and pull factors at Korean national parks. *Tourism Management*, 24(2), 169-180.
- Klenosky, D.B. (2002). The Pull of Tourism Destinations: A Mean-end Investigation. *Journal of Travel Research*, 40 (4): 385-395.
- Kluin, J. Y. & Lehto, X. Y. (2012). Measuring family reunion travel motivations. *Annals of Tourism Research*, 39(2), 820-841.
- Kuan, W. L. & San, C. Y. (2003). *Constructivist physics learning in an immersive, multi-user hot air balloon simulation program (iHABS)*. In ACM SIGGRAPH 2003 Educators Program (pp. 1-4).
- Kül Avan, S. & Güçer, E. (2019). Determining the Leisure Satisfaction Levels of Individuals Having Hot Air Balloon Ride as an Adventurous Recreational Activity. *Journal of Multidisciplinary Academic Tourism*, 4(2), 63-69.
- Leveresen, I., Danielsen, A. G., Birkeland, M. S. & Samdal, O. (2012). Basic psychological need satisfaction in leisure activities and adolescents' life satisfaction. *Journal of Youth and Adolescence*, 41(12), 1588-1599.
- Levickaite, R. (2010), Generations X Y Z: how social networks form the concept of the world without borders the case of Lithuania. *LIMES*, 3(2), 170-183.

- McConnell, T. S., Smialek, J. E. & Capron, R. G. (1985). Investigation of hot air balloon fatalities. *Journal of Forensic Science*, 30(2), 350-363.
- Nawijn, J. & Veenhoven, R. (2011). The effect of leisure activities on life satisfaction: the importance of holiday trips. In *The Human Pursuit of Well-Being* (pp. 39-53). Springer, Dordrecht.
- Özdemir, A. S., Büyüköztürk, Ş. ve Karaküçük, S. (2016). Explaining destination choices based upon recreational opportunities through intrinsic and extrinsic travel motivations Rekreatyoneel olanaklara dayalı yapılan destinasyon tercihlerinin içsel ve dışsal seyahat motivasyonlarıyla açıklanması. *Journal of Human Sciences*, 13(2), 3002-3021.
- Pearce, P., Morrison, A. & Rutledge, J. (1998). Motivational influence in tourism demand. In P. Pearce (Ed.), *Tourism: Bridges Across Continents* (pp. 30–53). Sydney: McGraw-Hill.
- Pestana, M. H., Parreira, A. & Moutinho, L. (2020). Motivations, emotions and satisfaction: the keys to a tourism destination choice. *Journal of Destination Marketing & Management*, 16, 100332.
- Pitkänen, K., Puhakka, R., Semi, J. & Hall, C. M. (2014). Generation Y and second homes: continuity and change in Finnish outdoor recreation. *Tourism Review International*, 18(3), 207-221.
- Pizam, A., Neumann, Y. & Reichel, A. (1979). Tourist satisfaction: Uses and misuses. *Annals of Tourism Research*, 6(2), 195-197.
- Queiri, A., Yusoff, W. F. W. & Dwaikat, N. (2014). Generation-Y employees' turnover: work-values fit perspective. *International Journal of Business and Management*, 9(11), p199.
- Ross, E. L. D. & Iso-Ahola, S. E. (1991). Sightseeing tourists' motivation and satisfaction. *Annals of tourism research*, 18(2), 226-237.
- Seabra, C., Vicente, M., Silva, C. & Abrantes, J. L. (2014). Motivation and involvement in international tourism. *International Journal of Multidisciplinary in Business and Science*, 2(2), 26-33.
- Seçilmiş, C. & Köz, E. N. (2015). Sürdürülebilir kültür turizmi algısının nesillere göre tekrar gelme niyetine etkisi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3/3, 69-78.
- Sever İşçimen, D. (2012). *Y kuşağı çalışanların iş yaşamından beklentilerinin karşılanma düzeyi ile kurumsal bağlılık arasındaki ilişki ve bir örnek uygulama*. (Doktora Tezi). İstanbul: Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Şalk, S., Dumanlı, Ş. & Köroğlu, Ö. (2018). Tatilcilerin Çadırılı Kamp Faaliyetlerine Katılım Motivasyonlarının Belirlenmesi. *Sosyal ve Beşerî Bilimler Dergisi*, 10(2), 130-144.
- UNWTO. (2020). *World Tourism Barometer N°18 January*. Retrieved from [2020 Web: <https://www.unwto.org/world-tourism-barometer-n18-january-2020>] (Erişim Tarihi: 15.07.2020)
- UNWTO. (2021). [nwto.org/news/tourist-arrivals-down-87-in-january-2021-as-unwto-calls-for-stronger-coordination-to-restart-tourism](https://www.unwto.org/news/tourist-arrivals-down-87-in-january-2021-as-unwto-calls-for-stronger-coordination-to-restart-tourism) adresinden 01.07.2021'de alınmıştır

Uzun, Z. (2016). *Z kuşığı öğrencilerinin akıllı cep telefonu (smartphone) kavramına ilişkin algılarının değerlendirilmesi: bir metafor analizi çalışması*, 1. International Distance Education Researches Conference, İstanbul, 84-94.

Ülker, M., Kılıçarslan, D. & Derman, E. (2016). *Kano sporuna katılım motivasyonu: Manavgat destinasyonunda bir uygulama*. 8. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi, Nevşehir.

Wickelmaier, F. (2003). *An introduction to MDS*. Sound Quality Research Unit, Aalborg University, Denmark, 46(5), 1-26.

**Multi-Dimensional Scaling Analysis of the Factors of Driving Motivation Factors Effective in Cappadocia Visit within the Scope of Recreational Travel Motivation**

**Zehra BULUT**

Ankara Hacı Bayram Veli University, Institute of Graduate Studies, Ankara/Turkey

**Ali YAYLI**

Ankara Hacı Bayram Veli University, Faculty of Tourism, Ankara/Turkey

**Extensive Summary**

The increase in world tourism movements has a positive effect on participation in recreational activities. According to the World Tourism Organization 2019 data, the number of individuals participating in international travel activities worldwide grew by 4% and reached 1.5 billion, based on data reported by destinations around the world. Based on current trends, economic expectations and the UNWTO Confidence Index, a 3% to 4% growth in international tourist travels is projected worldwide in 2020 (UNWTO, 2020), while these expectations have not been met and, when compared to 2020, the COVID-19 pandemic The negative impact on global tourism continued into 2021 with new data showing an 87% drop in international tourist arrivals in January (UNWTO, 2021). Individuals traveling to a particular destination to experience various recreational opportunities may show different push and pull motivational tendencies. In other words, interindividual differences are observed in the experience and preference of various recreational activities. Identifying these differences and determining the motivations that arise in the experiences and preferences of individuals' recreational activities are important in terms of contributing to the literature.

As a recreational tourism destination, the Cappadocia Region, which is located between the provinces of Nevşehir, Aksaray, Kırşehir, Niğde and Kayseri in the Central Anatolian Region, and is one of the important attraction centers among the tourism and recreation areas of Turkey, has a great variety of different alternatives compared to other regions in terms of recreational activity diversity. It has the feature of presenting the part together. For these reasons, in this study, it is aimed to reveal the relationship between the variables of the size of the driving motivation factors, which are effective in the current destination visits of the volunteers from the domestic and foreign tourists visiting the Cappadocia Region, with the generations, participation in the balloon activity and travel purposes through multidimensional scaling analysis.

The data of this study, which was carried out with the aim of revealing the relationship between the variables of the push motivation factors that are effective in the current destination visits of the domestic and foreign tourists visiting the Cappadocia Region, with generations, participation in the balloon activity and travel purposes, through multidimensional scaling analysis. It was collected by face-to-face survey method between 22 August 2020 and 08 January 2021, on a voluntary basis, to all domestic and foreign individuals and above.

In the study, the population of the research consists of domestic and foreign tourists visiting the Cappadocia Region. The sample of the study consists of 385 local and foreign tourists who visit the Cappadocia Region for tourism purposes and who voluntarily intend to participate.



In the research, with the multidimensional scaling analysis, the expressions that were effective in the Cappadocia visit were “Generations”, “Have you participated in the Balloon Activity before?” and the relations of the tourists with the "purposes of coming to Cappadocia" are shown with perceptual maps.

Within the scope of this study, the relationships between generations and push motivation expressions were examined and accordingly; Taking a break from going to work for a while (B3), Re-evaluating myself in a different place (B4), Exploring my own characteristics under different conditions (B5), Repositioning myself in a different social environment (B6), Exploring different aspects of myself (B7), It was concluded that the motivation variables of experiencing a simple and natural environment (B15), exchanging ideas with people outside of my usual social environment (B19) and interacting with the local people (B21) are closely related to generations. Variables showing the stated intrinsic motivation factors are seen as the main determinants of the tourists' visit to the Cappadocia destination, which is determined according to the generations. Therefore, there is a close relationship between generations and push motivation factors (B3, B4, B5, B6, B7, B15, B19, B21) when tourists visit Cappadocia.

In order to reveal the relationship between participation in recreational activity and intrinsic travel motivation factors, “Have you participated in a balloon activity before?” When the relations between the expressions of motivation and push motivation are examined; It has been concluded that the variables of gaining reputation (B11), freedom to act like a child (B13) and experiencing nostalgia (B14) are closely related. These variables emerge as the main determinants of participation in balloon activity. In other words, in the participation of individuals in the balloon activity in their current Cappadocia visit, the intrinsic motivation factors of gaining dignity, freedom to act like a child and experiencing nostalgia are considered more important than other motivation factors.

When the push motivations of those who have participated in the balloon activity before traveling to Cappadocia are evaluated, especially the motivation to gain reputation expresses the desire of individuals to reach a different status from the status they are in. When the findings obtained from the research are evaluated in general, it is seen that there is a relationship between push travel motivation factors and generations, participation in balloon activity and the purposes of visiting the Cappadocia destination.

In the study, the relationship between the push motivation factors that are effective in the current visits of individuals who travel to the Cappadocia Region recreationally and the generations, participation in the balloon activity before and the purpose of the visit was tried to be revealed with the help of multidimensional perception maps. It is important to map the relationship between push and pull motivations and participation in recreational activities, which are effective for generations to travel to different destinations, with multidimensional scaling analysis in order to present a different perspective.