



YENİLİK ARAYIŞI, HEYECAN ARAYIŞI, RİSK ALGISI VE TEREDDÜDÜN KARAR VERME TARZINA ETKİSİ (*)

(Araştırma Makalesi)

Musa OFLAZ (**), Ahmet KÖROĞLU (***)

Öz

Seyahat kararı verirken hangi faktörlerden etkileniriz? Yoksa Kişilik, psikolojik, bilişsel ya da duyuşsal özelliklerimiz karar verme tarzımızı etkiler mi? gibi sorular hala tam olarak cevaplandırılmamıştır. Çünkü bireyler seyahat kararı verirken birçok güdüleyici faktörlerden etkilenmektedir. Çevre ve toplum yapısının değişmesi, hastalıkların artması, şehir merkezlerinde yaşama, yaşadığı atmosferden farklı ve alışılmamış deneyimlerin elde edilmesi gibi faktörler bu durumu destekler niteliktedir. Örneğin Covid-19 salgını sebebiyle turizm hareketlerinin düşüklük gösterdiği şu günlerde, bireysel seyahatlerin ve doğayla bütünlük tatillerin ön planda olduğu bu soruların cevabına güzel bir örnek olabilir. Buradan hareketle kamp yapan bireylerin karar verme tarzları farklı bir bakış açısıyla ele alınmış ve yenilik arayışı, heyecan arayışı, risk algısı ve tereddüt değişkenleri üzerinden incelenmesi amaçlanmıştır. Genel tarama modellerinden ilişkisel tarama modeli kullanılan araştırmada örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Kuzey Ege Bölgesi'nde kamp yapmakta olan 769 bireye yüz yüze anket uygulanmıştır. Toplanan veriler farklı istatistik programlarıyla analiz edilmiştir. Buna göre heyecan arayışının risk algısı üzerinde anlamlı bir etkisi bulunamamıştır. Karar verme tarzı üzerinde etkisi boyutlar bazında düşünüldüğünde farklı etkiler tespit edilmiştir. Yenilik arayışının risk algısı üzerinde negatif, karar verme tarzı üzerinde ise pozitif bir etkisinin olduğu gözlenmiştir. Risk algısının tereddüdü pozitif yönde etkilediği, karar verme tarzını ise boyutlarına göre hem negatif hem de pozitif yönde etkilediği sonucu ortaya çıkmıştır. Bununla birlikte tereddüt karar verme tarzı boyutlarında farklı etkiler tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yenilik Arayışı, Heyecan Arayışı, Risk Algısı, Tereddüt, Karar Verme Tarzı, Kuzey Ege Bölgesi.

Jel Kodu: D91, I82, L83, L84

*) Bu çalışma, Balıkesir Üniversitesi BAP tarafından 2019/005 numaralı proje ile desteklenmiş "Yenilik Arayışı, Heyecan Arayışı, Risk Algısı ve Tereddüdün Karar Verme Tarzına Etkisi: Kamp Yapan Yerli Ziyaretçiler Örneğinde İncelenmesi" başlıklı doktora tezinden üretilmiştir.

**) Arş. Gör. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü (e-posta: musaoflaz@balikesir.edu.tr). ORCID ID: orcid.org/0000-0001-8132-1081

***) Prof. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü (e-posta: akoroglu@balikesir.edu.tr). ORCID ID: orcid.org/0000-0002-6694-4667

Effect of Novelty Seeking, Sensation Seeking, Risk Perception and Hesitation on Decision Making Styles

Abstract

Questions such as “What factors play a role in our decision to travel?”, “Or do our personality, psychological, cognitive, or sensorial characteristics influence the way we make decisions?” are still not fully answered. This is because individuals are influenced by many motivating factors when making travel decisions. Factors such as the change of environment and social structure, the increase of diseases, living in urban centers, gaining different and unusual experiences in the environment in which they live to support this situation. A good example of answering these questions is the information that individual travel and holidays in harmony with nature are in the foreground these days when tourism movements are changing due to the Covid-19 pandemic. From this point of view, the decision-making styles of campers were considered from a different perspective and an attempt was made to examine the variables of novelty-seeking, excitement-seeking, risk perception, and hesitancy. Relational scanning model, one of the general scanning models, was used in the study, and convenience sampling method was preferred among the sampling methods. As part of the research, a face-to-face questionnaire was applied to 769 people camping in the Northern Aegean region. The collected data were analyzed using various statistical programs. Accordingly, no significant effect of excitement-seeking on risk perception was found different effects on decision-making style were detected. Novelty-seeking was observed to have a negative effect on risk perception and a positive effect on decision-making style. Risk perception was found to have a positive effect on hesitancy and both negative and positive effects on decision-making style. However, hesitancy was found to have different effects on decision-making style.

Keywords: *Novelty Seeking, Sensation Seeking, Risk Perception, Hesitation, Decision Making Style, North Aegean Region.*

1. Giriş

Hizmet sektörü içerisinde yer alan turizm olgusu dünyada hızla artarak ülkelerin hem ekonomisini hem de sosyal kalkınmasını geliştirmektedir. Bunun farkında olan ülkeler ulusal, bölgesel ve yerel anlamda fayda sağlayacakları turizm sektörünü genişletme çabası içerisinde girmişlerdir. Ülkelerin turizm sektöründe birbirleri ile yarışır durumda olmasına neden olan bu durum, destinasyonun üst ve alt yapısının gelişmesine, ödemeler dengesine olan katkısına, refah seviyesinin artmasına ve bu istihdamın daha az yatırımla gerçekleşmesine olanak sağlaması ile açıklanabilir. Bu açıklamalar çerçevesinde ülkelerin küresel anlamda turizm pazarında etkili olabilmesi için turistlerin destinasyon seçimlerini nasıl yaptıklarını bilmeleri gerekmektedir (Baloglu ve McCleary, 1999). Çünkü her geçen gün teknolojinin gelişmesi, hayat standartlarının artması, çevresel faktörlerin etkisi ve farklı deneyimler elde etme duygusu bireyleri turizm alanında farklı arayışlara itmektedir (Çeken, 2003; Karadeniz vd., 2007; Taşar, M. O., 2007; Avcıkurt, 2020). Bu

bağlamda belirsizlikleri minimuma indirmek ve etkili bir pazar stratejisi ortaya koymak için; satın alınacak ürün veya hizmetin seçiminde, tasarımında, kullanışlılığında, yönetiminde ve yönetimin tüm faaliyetlerinde etkili olan karar verme tarzlarının iyi bilinmesi gerekmektedir. (Ghaleno vd., 2015). Ancak turizm alanında karar verme tarzına yönelik az sayıda çalışmanın mevcut olduğu bilinmektedir. Daha önce yapılan çalışmaların çok fazla atfı olması da alanında sınırlı olduklarını doğrular niteliktedir (Atadil, 2016).

Sonuç olarak belirtmek gerekirse; küreselleşmenin bir sonucu olarak turizm alanında meydana gelen hareketlerin her geçen gün farklılık gösterebileceği; şehir hayatından uzakta yenilik ve heyecan arayan, doğayla bütünleşik tatillerin ön planda olacağı aynı zamanda bireysel seyahatlerin de daha çok artacağı düşünülmektedir. Ancak bir bireyin kişiliğinin zamanla değişebileceği ve bireyi karmaşık ruh haline dönüştürebilecek riskler ve tereddütler de unutulmamalıdır. Çünkü risk algıları bireysel, toplumsal ve çevresel faktörlerden etkilenmektedir (Demir ve Türkmen, 2020; Inouye, 2014). Bu da destinasyon kararlarıyla ilgili endişeleri, olumsuzlukları ve karar vermede ertelemeleri beraberinde getirmektedir (Cho, Kang ve Cheon, 2006). Bu düşünceden hareketle Kuzey Ege Bölgesi'nde kamp yapmakta olan yerli ziyaretçilerin yenilik arayışı, heyecan arayışı, risk algısı ve tereddütlerinin karar verme tarzlarına etkisi incelenmiştir.

Kavramsal Çerçeve

Bireyler birçok güdüleyici faktörün etkisiyle tatil kararlarında farklı beklentilere sahip olabilirler (Lee ve Crompton, 1992; Corraei, 2008). Şöyle ki bazıları bilindik bir çevreyi ziyaret etmeyi veya geleneksel faaliyetlere katılmayı tercih ederken, bazıları da daha önce gittiği destinasyondan farklı, yeni ürün ve hizmeti deneyimleyeceği alanları tercih etmektedir. (Kim ve Kim, 2015). Özellikle, turizm alanında yenilik arayışı ve heyecan arayışı kavramlarının tatil yeri seçimi üzerindeki etkisinin çok yüksek olduğu bilinmektedir. (Oh vd., 1995; Yuan ve McDonald 1990). Bu durum zamana, mekâna ve şartlara bağlı olarak yeni ve farklı deneyimler elde etme arzusunun bağımsız bir davranış sonucunda ortaya çıktığını (Corraei, 2008; Shu-Yun Chang, 2011) ve bireylerin çevresinden ya da kendi iç dünyasından kaynaklanan etkenlerin dışarıya yansımaları olarak açıklandığını doğrular niteliktedir (Lee ve Crompton, 1992). Özetle tüketim kalıplarının değişmesi, toplu halde yaşama bağlı olarak hastalıkların artması, kalabalık ortamda çalışma, fiziki ya da duygusal açıdan kendini yenilenme gibi durumlar bireylerin destinasyon tercihlerini etkilemekte, yeni ve farklı deneyimlerden haz alma isteklerini artırmaktadır. Ancak bir bireyin kişiliğinin zamanla değiştiği ve bireyi karmaşık ruh haline dönüştürebilecek risk algıları ve tereddütlerin araştırılması gerekmektedir. Çünkü risk algısı bireylerin ürünü araştırma sürecinden satın alma sonrasında değerlendirme aşamasına varıncaya kadar bütün aşamalarda kendini gösteren bir kavram olarak açıklanmaktadır Mitchell, 1992; Mitchell ve Kiral, 1999). Tereddüt ise bireyin herhangi bir konuda kararını ertelemesi ya da bu kararı açıklamaktan kaçınması durumunun risk algısı ile ilişkilendirildiği görülmüştür. Bu bilgiler ışığında turizm alanında tüketicilerin tercihlerini etkileyen birçok faktörün

olması, karar verme tarzının önemini ortaya çıkarmıştır. Çünkü, karar verme tarzı, satın alınacak ürün veya hizmetin tasarımında, kullanılabilirliğinde, belirlenmesinde, seçiminde, yönetiminde ve yönetimin tüm faaliyetlerinde etkili olmaktadır.

İlk olarak 1950'li yıllarda ortaya çıkan karar verme tarzı kavramı son zamanlarda sıkça tartışılmakta ve farklı disiplinlerde uygulanmaktadır. Bu çalışmalardan biri Sproles ve Kendall (1986) tarafından literatüre kazandırılan Tüketici Stilleri Envanteri (CSI), diğeri ise Scott ve Bruce'un (1995) Genel Karar Verme Stili (GDMS) ölçeğidir. Karar verme tarzları üzerine her iki çalışmada üreticiler veya tüketiciler açısından bir bakış açısı sağlanabilir. Çünkü, bu çalışmalar, alanında yapılmış en köklü ve iyi araştırılmış ölçeklerden birkaçıdır (Parker vd., 2007; Correia vd., 2011; Allwood, Salo, 2012; Peng vd., 2015). Ancak, her iki ölçekte de turistlerin karar verme tarzlarına yönelik herhangi bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Nedeni ise, bu ölçeklerin daha çok hizmet dışı ürünler veya yöneticiler üzerinde kullanılmasıdır. Bunun üzerine Decrop ve Zidda (2006) turist tipolojisi belirlemek adına için bir ölçek geliştirmiştir. Atadil vd. (2018) ise bu ölçeği turistlerin karar verme tarzlarının belirlenmesine göre uyarlamıştır.

Özetle, karar verme tarzına yönelik birçok çalışma olmasına rağmen turistlerin karar verme tarzlarının belirlenmesine yönelik çok az çalışma mevcuttur. Ulusal literatürde turistlerin karar verme tarzlarına yönelik herhangi bir çalışmanın olmaması bu çalışmayı önemli hale getireceği ve literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Konuyla ilgili diğer araştırmalara bakıldığında; Weaver vd. (2009), Assaker vd. (2011), Chang (2011), Pizam vd. (2008), Pizam vd. (2016), Garg (2015), Jehn-Yih Wong ve Ching Yeh (2009), Liu, (2013), Sirakaya ve Woodside (2005), Stone, (2014)'ün çalışmalarına rastlanmaktadır. Araştırmacılar çalışmalarında yenilik ve heyecan arayışını aynı çalışmada kullanmamışlar ancak bağımsız çalışmalarda konuyla ilgili bulgulara rastlanmaktadır. Aynı şekilde risk algısı ve tereddütün karar vermeye etkisini tek bir çalışmada bulmak mümkün olmamıştır. Bu araştırma bu değişkenleri birlikte incelemesinden kaynaklı olarak özgün bir değer taşımaktadır.

2. Yöntem

Araştırmanın Amacı ve Hipotezler

Araştırmanın amacı, Kuzey Ege Bölgesinde kamp yapan yerli ziyaretçilerin yenilik arayışı, heyecan arayışı, risk algısı ve tereddütlerinin karar verme tarzına etkisini incelemektir. Bu amaç doğrultusunda belirlenen hipotezlere ait araştırma modeli şekil 1'de belirtilmiştir.

H1: Kamp yapan yerli ziyaretçilerin yenilik arayışlarının risk algıları üzerinde istatistiksel açıdan anlamlı bir etkisi vardır.

H2: Kamp yapan yerli ziyaretçilerin heyecan arayışlarının risk algıları üzerinde istatistiksel açıdan anlamlı bir etkisi vardır.

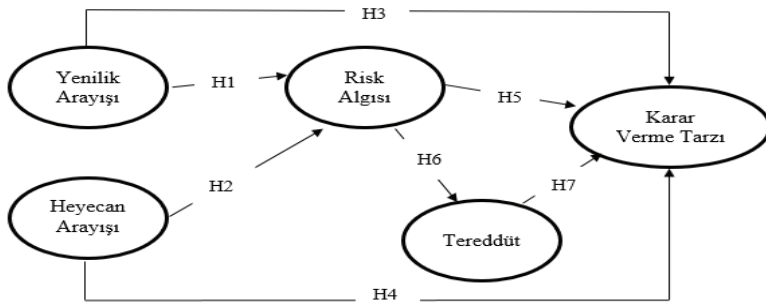
H3: Kamp yapan yerli ziyaretçilerin yenilik arayışlarının karar verme tarzı üzerinde istatistiksel açıdan anlamlı bir etkisi vardır.

H4: Kamp yapan yerli ziyaretçilerin heyecan arayışlarının karar verme tarzı üzerinde istatistiksel açıdan anlamlı bir etkisi vardır.

H5: Kamp yapan yerli ziyaretçilerin risk algılarının karar verme tarzı üzerinde istatistiksel açıdan anlamlı bir etkisi vardır.

H6: Kamp yapan yerli ziyaretçilerin risk algılarının tereddüt üzerinde istatistiksel açıdan anlamlı bir etkisi vardır.

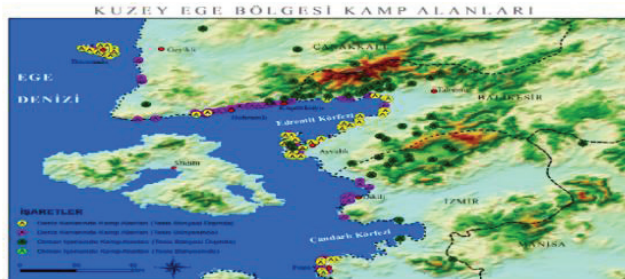
H7: Kamp yapan yerli ziyaretçilerin tereddütlerinin karar verme tarzı üzerinde istatistiksel açıdan anlamlı bir etkisi vardır.



Şekil 1. Araştırma modeli.

Evren ve Örneklem

Türkiye genelinde 459 adet kamp işletmesinden 21'inin Kuzey Ege bölgesinde olduğu gözlenmiştir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2006). Bu bilgiler doğrultusunda Kuzey Ege bölgesinde yer alan kamping tesislerinin sayısını tam olarak tespit etmek için alana gidilmiş ve toplam 101 adet kamping tesisine rastlanılmıştır (Eylül 2020). Kamp alanları aşağıdaki haritada görülmektedir.



Şekil 2. Kuzey Ege Bölgesi'nde kamp alanları harita görünümü.

Kuzey Ege bölgesinde 101 adet kamping tesisinin ve tesis bünyesi dışında da kamp yapılabilecek birçok alanın olduğu bilgisi genel evreni temsil etme gücünü yansıttığı, bununla birlikte tesis bünyesi dışında kamp yapan kişi sayılarının tam olarak bilinemesi düşüncesinden hareketle, örneklem büyüklüğünün 384 ile yeterli olacağı formüle edilmiştir (Yazıcıoğlu ve Erdogan, 2004; Altunışık vd., 2012; Ural ve Kılıç, 2013). Sonucunda eksik ve hatalı anket çıkabilme ihtimali göz önüne alınarak toplamda 769 kişiden veri toplanmıştır. İçlerinde eksik işaretlenenlerin olduğu görülmüş 716 anket üzerinden çalışmaya devam edilmiştir.

Veri Toplama Araç ve Teknikleri

Kuzey Ege Bölgesi'ne kamp yapmak için gelen yerli ziyaretçilerin yenilik arayışı durumlarını tespit etmek için Kitouna ve Kim'in 2017 yılında doğa temelli turizme katılan bireylere yönelik olarak geliştirdiği 18 maddeden oluşan yenilik arayışı ölçeği tercih edilmiştir. Heyecan arayışları için Hoyle vd. (2002) tarafından geliştirilen toplam 8 maddeden oluşan bir ölçek kullanılmıştır. Risk algısını ölçmek için literatür taraması yapılmış ve Stone ve Gronhaug'un (1993) "Perceived risk: Further considerations for the marketing discipline" ; Stone ve Mason'un (1995) "Attitude and risk: Exploring the relationship" Floyd ve Pennington-Gray'in (2004) "Profiling risk perceptions of tourists" ;Fuchs ve Reichel'in (2006) "Tourist destination risk perception: The case of Israel" ve An'ın (2006) "Examining the relationships among perceived risk, attitude and intention to travel to destinations along the US–Mexico border" çalışmalarından uyarlanarak 6 boyuttan oluşan 28 maddelik risk algısı ölçeği geliştirilmiştir. Tereddüt durumlarını tespit edebilmek için Wong ve Yeh (2006)'in "Tourist hesitation in destination decision making" çalışmasından alınan tek boyut ve altı maddeden oluşan ölçek kullanılmıştır. Karar verme tarzlarını tespit etmek için ise Atadil vd.'nin 2018 yılında "Exploring travelers' decision-making styles" yaptığı çalışmadaki 19 maddeden oluşan karar verme tarzı ölçeği kullanılmıştır. Daha önce güvenilirliği ve geçerliliği sağlanmış ölçeklerin ölçek maddeleri ölçmek için Likert tipi ölçek derecelendirilmesi (1: Kesinlikle Katılmıyorum, 5: Kesinlikle Katılıyorum) kullanılmıştır.

Verilerin Analizi

Araştırma modelinde yer alan değişkenlere ait ifadelerin frekans analizi yapılmıştır. Ayrıca, her bir ifadenin aritmetik ortalamaları ve standart sapmaları hesaplanmıştır. Bununla birlikte veri setine yönelik olarak uç değerler (outliers) ve aşırı değerler (extreme value) incelenmiştir. Kutu grafiği (box-plot) testi sonucunda uç değerde ve aşırı değerde olduğu tespit edilen 34 anket veri setinden çıkartılmıştır. Toplam 682 anket ile çalışmaya devam edilmiştir. Korelasyon ve regresyon analizlerine yönelik hangi testin yapılacağına karar vermek için normallik testine bakılmaktadır. İhlali söz konusu olduğunda verinin istatistiksel gücünü düşüreceği bilinmektedir (Wells ve Hintze, 2007, s. 495) Verilerin normal dağılım gösterip göstermediğini öğrenmek açısından en fazla Kolmogrov-Smirnov,

Shapiro-Wilk ve Varyansların Homojenliği (Levene Test) testleri tercih edilmektedir. Ancak Shapiro-Wilk test, örneklem büyüklüğünün 50'nin altında olduğu durumlarda tercih edilmektedir (Shapiro ve Wilk, 1965). Bunların haricinde veriye yönelik çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) değerlerine de bakılabilir. Çünkü çarpıklık ve basıklık katsayıları normal dağılımdan sapmayı gösteren bir değerdir (Kline, 2011, s. 60). Bundan dolayı basıklık ve çarpıklık değerleri esas alınmış ve yapılan analizler neticesinden çarpıklık ve basıklık katsayılarının ± 1 sınırları içinde olduğu tespit edilmiştir.

Araştırma Etiği

Bu araştırma, bilimsel disiplin ilkelerine uygun olarak hazırlanmıştır. Çalışma sürecinde yayın ilkelerinin prensiplerine dikkat edilmiş ve 1964 Helsinki bildirgesinde yer alan etik ölçütler gözetilmiştir. Araştırmanın sürdürülmesine ilişkin izinler, Balıkesir Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu'ndan 09.06.2020 tarih 26953 sayılı etik kurul belgesiyle alınmıştır.

Bulgular

Çalışmanın bu kısmında öncelikle katılımcıların tanımlayıcı istatistiklerine yer verilmiştir. Sonrasında Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA), Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) ve Yapısal Eşitlik Modeli (YEM) uygulanmıştır.

Ankete katılan bireylerin sosyo-demografik yapılarına ve kamp alanı tercihlerine ilişkin bulgular Tablo 1'de gösterilmektedir.

Tablo 1. Katılımcıların Tanımlayıcı İstatistikleri

Sosyo-Demografik Değişkenler					
	n	%		n	%
Yaş			Çocuk Durumu		
24 yaş ve altı	169	24,8	Yok	86	12,6
25-29 yaş arası	170	24,9	1 çocuk	72	10,6
30-34 yaş arası	149	21,8	2 çocuk	75	11,0
35-39 yaş arası	83	12,2	3 ve üzeri çocuk	27	4,0
40 yaş ve üzeri	111	16,3	Cevapsız	422	61,8
Eğitim Durumu			Gelir Durumu		
İlköğretim ve ortaöğretim	29	4,3	2324 TL ve altı	158	23,2
Lise	190	27,9	2325-3000 TL arası	80	11,7
Önlisans	69	10,1	3001-4000 TL arası	120	17,6
Lisans	334	49,0	4001-5000 TL arası	127	18,6
Lisansüstü	60	8,8	5001 TL ve üzeri	129	18,9

Meslek			Cevapsız	68	10,0
Kamu çalışanı	159	23,3	İkamet Yeri		
Özel sektör	307	45,0	Ankara	15	2,2
Emekli	11	1,6	Balıkesir	160	23,5
Öğrenci	132	19,4	Bursa	31	4,5
Çalışmıyor	73	10,7	Çanakkale	67	9,8
Medeni Durum			Denizli	14	2,1
Evli	238	34,9	İstanbul	130	19,1
Bekâr	444	65,1	İzmir	188	27,6
TOPLAM	682	100	Manisa	48	7,0
			Diğer	29	4,3
			TOPLAM	682	100

Yenilik Arayışı Ölçeğine İlişkin AFA ve DFA

Araştırmada, yenilik arayışı ölçeğine ilişkin açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır. Ölçekte macera (1), yenilikçi öğrenme (2), rahatlama (3) ve sıkıntıdan kurtulma (4) boyutları 18 ifade ile ölçülmüştür. Ortak varyansı 0,50'in altında olan Y5, Y6 (yenilikçi öğrenme boyutu içinde) ve Y9 (macera boyutu içinde); ifade Y13'ün binişik madde olmasından dolayı ölçekten çıkartılmıştır. Çıkarma işleminin ardından, toplam 14 ifade orijinal ölçekte olduğu gibi macera, yenilikçi öğrenme, rahatlama ve sıkıntıdan kurtulma boyutları altında toplanmıştır. Ölçeğe ilişkin yük değerlerinin 0,50'den yüksek (0,669 ile 0,839 arasında) olduğu tespit edilmiştir. Bu değere göre yenilik arayışı ölçeğinin faktör analizine uygun olduğu anlaşılmaktadır.

Doğrulamalı Faktör Analizi sonucunda ise yenilik arayışı ölçeğine ilişkin standardize edilmiş regresyon katsayılarının $b=0,674$ $p<0,001$ ile $b=0,776$ $p<0,001$ arasında olduğu tespit edilmiştir. Bu değerlerin minimum faktör yük değerini (0,50) karşıladığı ve yenilik arayışı boyutları üzerinde yeterli bir etkisinin olduğu görülmüştür. Bununla birlikte ölçek boyutlarına ilişkin ifadelerin ($p < 0,001$) istatistiksel olarak anlamlı oldukları anlaşılmıştır.

Heyecan Arayışı Ölçeğine İlişkin AFA ve DFA

Araştırmada, heyecan ölçeğine ilişkin KMO örneklem yeterliliği testi 0,803 olarak tespit edilmiştir. Bu değer tatmin edici asgari değer (0,7)'den yüksek olduğu görülmüş, Bartlett küresellik testi ise ($\chi^2=2291,998$; $df=28$) $p<0,001$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Bu değere göre heyecan arayışı ölçeğinin faktör analizine uygun olduğu anlaşılmıştır. Ayrıca ölçeğe ilişkin yük değerlerinin 0,50'den yüksek (0,743 ile 0,886 arasında), iki yük değerleri arasındaki farkın 0,10'dan fazla ve ortak varyanslarının 0,50'nin üzerinde (0,561 ile 0,803 arasında) olduğu görülmüştür. Bu sonuçlara göre heyecan

can arayışı ölçeği, orijinal ölçeğinden farklı olarak iki boyut adı altında toplanmıştır.

Heyecan arayışı ölçeğine ilişkin standardize edilmiş regresyon katsayılarının $b=0,629$ $p<0,001$ ile $b=0,812$ $p<0,001$ arasında olduğu tespit edilmiştir. Bu değerlerin minimum faktör yük değerini (0,50) karşıladığı ve heyecan arayışı boyutları üzerinde yeterince etkili olduğu görülmüştür. Daha sonra birinci derece DFA modeli uyum iyiliği indekslerine bakılmış ve RMSEA değerinin kabul edilebilir sınırlar içinde olmadığı görülmüştür. Buna göre ölçek boyutları altındaki maddelere bakılarak ölçüm hatları d1 ile d2 arasında kovaryans oluşturulmuştur. İşlem sonucunda heyecan arayışı ölçeğinin birinci derece DFA modeli uyum iyiliği indekslerinin kabul edilebilir sınırlar içinde olduğu tespit edilmiştir.

Ölçeğe ait CR değerinin minimum değer olan 0,7'den ve AVE değerinin minimum değer olan 0,50'den yüksek olduğu görülmüştür. Bu değerlere göre ölçeğin benzeşim geçerliliğini sağladığı ve (α) değerlerinin 0,70'in üzerinde olmasından dolayı değişkenlerin birbirleri ile tutarlılık gösterdikleri tespit edilmiştir.

Risk Algısı Ölçeğine İlişkin AFA ve DFA

Araştırmada, risk algısı ölçeğine ilişkin KMO örneklem yeterliliği testi 0,958 olarak tespit edilmiştir. Bu değer tatmin edici asgari değer (0,7)'den yüksek olduğu görülmüş, Bartlett küresellik testin de ise ($\chi^2=2291,998$; $df=28$) $p<0,001$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Bu değerlere göre risk algısı ölçeğinin faktör analizine uygun olduğu anlaşılmaktadır. Ölçeğin boyutlarına ait ifadelerin ortak varyanslarına bakıldığında 0,50'in altında olan ifade; R10, R12 (finansal risk içinde) ve R27 (zaman riski içinde) ölçekten çıkartılmıştır. Bununla birlikte ölçeğe ait ifadelerde R6 ve R8 (fiziksel risk içinde)'in binişik madde olmasından dolayı ölçekten çıkartılmıştır. Son olarak ölçeğe ilişkin yük değerlerine bakılmış ve ifade R11 (finansal risk içinde)'in 0,50'den düşük olduğu tespit edilerek ve ölçekten çıkartılmıştır.

Test edilen modelin standart regresyon katsayıları incelenmiş; "performans riski" boyutunun bir maddesinin (R14), Hair vd. (2014, s. 618)'nin standart regresyon katsayılarının alt sınır olarak belirttiği 0,50 değerinin altında olduğu tespit edildiğinden modelden çıkarılmıştır. Çıkarılan maddeden sonra analizlere 3 boyut ve 21 madde ile devam edilmiştir. Risk algısı ölçeğine ilişkin standardize edilmiş regresyon katsayılarının $b=0,661$ $p<0,001$ ile $b=0,823$ $p<0,001$ arasında olduğu tespit edilmiştir. Risk algısı ölçeği birinci derece DFA modelinde de görülen bu değerlerin minimum faktör yük değerini (0,50) karşıladığı ve risk algısı boyutları üzerinde yeterince etkili olduğu görülmüştür. Uyum iyiliği indekslerinin ise mükemmel uyum sınırları içinde yer aldığı ve herhangi bir modifikasyon işlemi yapmaya gerek kalmadığı tespit edilmiştir.

Ölçeğe ait CR değerlerinin minimum değer olan 0,7'den ve AVE değerlerinin minimum değer olan 0,50'den yüksek olduğu görülmüştür. Bu değerlere göre ölçeğin benzeşim geçerliliğini sağladığı ve (α) değerlerinin 0,70'in üzerinde olmasından dolayı değişkenlerin birbirleri ile tutarlılık gösterdikleri tespit edilmiştir.

Tereddüt Ölçeğine İlişkin AFA ve DFA

Araştırmada, tereddüt ölçeğine ilişkin KMO örneklem yeterliliği testi 0,847 olarak tespit edilmiştir. Bu değer tatmin edici asgari değer (0,7)'den yüksek olduğu görülmüş, Bartlet küresellik testi ise ($\chi^2=1941,786$; $df=10$) $p<0,001$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Bu değere göre tereddüt ölçeğinin faktör analizine uygun olduğu anlaşılmaktadır. Bununla birlikte ölçeğe ilişkin yük değerlerinin 0,50'den yüksek (0,805 ile 0,864 arasında), iki yük değerleri arasındaki farkın ise 0,10'dan fazla olduğu görülmüştür. Ancak ifade T6'nın ortak varyans değerinin 0,50'den düşük olduğu tespit edilerek ve ölçekten çıkartılmıştır. Bu sonuçlara göre tereddüt ölçeği, orijinal ölçeğinde olduğu gibi tek boyut altında toplanmış ve "tereddüt" olarak adlandırılmıştır.

Tereddüt ölçeğine ilişkin standardize edilmiş regresyon katsayılarının $b=0,704$ $p<0,001$ ile $b=0,850$ $p<0,001$ arasında olduğu tespit edilmiştir. Tereddüt ölçeği birinci derece DFA modelinde de görülen bu değerlerin minimum faktör yük değerini (0,50) karşıladığı ve tereddüt boyutları üzerinde yeterince etkili olduğu görülmüştür. Daha sonra birinci derece DFA modeli uyum iyiliği indekslerine bakılmış ve değerlerin kabul edilebilir sınırlar içinde olmadığı görülmüştür. Buna göre ölçek boyutları altındaki maddelere bakılarak ölçüm hatları z1 ile z2 arasında kovaryans oluşturulmuştur. Sonuç olarak yeterli olmadığı anlaşılan kovaryanslara bir diğeri olan z2 ile z5 eklenmiştir. İşlem sonucunda tereddüt ölçeğinin birinci derece DFA modeli uyum iyiliği indekslerinin kabul edilebilir sınırlar içinde olduğu tespit edilmiştir.

Tereddüt ölçeğine ait CR değerlerinin minimum değer olan 0,7'den ve AVE değerlerinin minimum değer olan 0,50'den yüksek olduğu görülmüştür. Bu değerlere göre ölçeğin benzeşim geçerliliğini sağladığı ve (α) değerlerinin 0,70'in üzerinde olmasından dolayı değişkenlerin birbirleri ile tutarlılık gösterdikleri tespit edilmiştir.

Karar Verme Tarzı Ölçeğine İlişkin AFA ve DFA

Karar Verme Tarzı Ölçeğine ait KMO örneklem yeterliliği testi 0,800 olarak tespit edilmiştir. Bu değer tatmin edici asgari değer (0,7)'den yüksek olduğu görülmüştür. Bununla birlikte Bartlet küresellik testi ($\chi^2=2991,184$; $df=66$) $p<0,001$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Bu değere göre karar verme tarzı ölçeğinin faktör analizine uygun olduğu anlaşılmaktadır.

Ölçeğin boyutlarına ait ifadelerin ortak varyanslarına bakıldığında 0,50'in altında olan ifade; K5 (uyumluluk içinde), K14 (dürtüsellik içinde) ve K17 (sosyal uyum içinde) ölçekten çıkartılmıştır. Bununla birlikte ölçeğe ait ifadelerden K7 (akılcılık içinde) ve K15 (sosyal uyum)'in binişik madde, K8 (akılcılık)'in ise yük değerinin 'in 0,50'den düşük olduğu tespit edilerek ve ölçekten çıkartılmıştır. Çıkarma işleminin ardından, toplam 12 ifadeden 11'i orijinal ölçekte olduğu gibi akılcılık, dürtüsellik, uyumluluk ve faydacılık boyutları altında toplanmıştır. Sosyal uyum boyutu içerisindeki ifade 15 ile ifade 17'nin ölçekten çıkarılmasından dolayı sosyal uyum boyutu faktör özelliğini kaybetmiştir. Yapı-

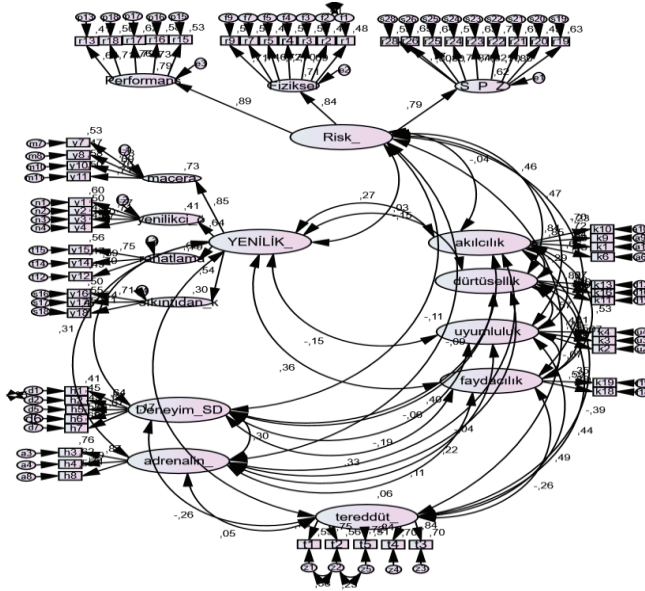
lan analiz sonucunda ifade 16 dürtüsellik boyutu içinde yer almış ve anlam bakımından dürtüsellığı açıklayabildiği düşüncesinden faktör boyutunun adı değiştirilmemiştir.

Karar verme tarzı ölçeğine ilişkin standardize edilmiş regresyon katsayılarının $b=0,574$ $p<0,001$ ile $b=0,929$ $p<0,001$ arasında olduğu tespit edilmiştir. Ölçeğe ait değerlerin minimum faktör yük değerini (0,50) karşıladığı ve karar verme tarzı boyutları üzerinde yeterince etkili olduğu görülmüştür. DFA uyum iyiliği indekslerine bakıldığında ise indekslerinin mükemmel uyum iyiliği sınırları içinde yer aldığı ve herhangi bir modifikasyon işlemi yapmaya gerek kalmadığı tespit edilmiştir.

CR değerlerinin minimum değer olan 0,7'den ve AVE değerlerinin minimum değer olan 0,50'den yüksek olduğu görülmüştür. Bu değerlere göre ölçeğin benzeşim geçerliliğini sağladığı ve (α) değerlerinin 0,70'in üzerinde olmasından dolayı değişkenlerin birbirleri ile tutarlılık gösterdikleri tespit edilmiştir.

Araştırma Hipotezlerinin Test Edilmesi

Araştırma modeli içerisinde yer alan değişkenlerin regresyon değerlerini ve modelin sahip olduğu güvenilirlik geçerlik değerlerini ortaya çıkarmak için YEM analizi yapılmıştır. İlk olarak kuramsal çerçeve doğrultusunda oluşturulan modelin veri seti tarafından doğrulanıp doğrulanmadığını tespit etmek için, modele ilişkin yol diyagramı yapılmış, ardından modele ilişkin DFA uyum iyiliği indekslerine, son olarak da kuramsal modele ilişkin güvenilirlik geçerlik değerlerine bakılmıştır.



Şekil 3: Kuramsal modele ilişkin yol diyagramı.

Tablo 2’de modelin Ki-kare değerinin serbestlik derecesine bakıldığında modelin mükemmel uyum değeri aralığında olduğu anlaşılmaktadır. Diğer model uyum indeksleri incelendiğinde ise değerlerin kabul edilebilir düzeyde uyumlu olduğu görülmektedir.

Tablo 2. Kuramsal Modele İlişkin YEM Yol Diyagramı Uyum İyiliği İndeksleri, Güvenirlik ve Geçerlik Değerleri

Uyum İndeksi	χ^2/sd	RMSEA	SRMR	GFI	AGFI	NFI	CFI	TLI
Sonuç	1,977	0,038	0,539	0,920	0,838	0,851	0,920	0,915

Kabul Edilebilir Değerler: $\chi^2/sd: \leq 5$; $RMSEA: \leq 0,08$; $SRMR: < 0,10$; $GFI: \geq 0,8$; $AGFI: \geq 0,8$; $NFI: \geq 0,8$; $CFI: \geq 0,9$; $TLI: \geq 0,80$

Modelin güvenilirliği ve geçerliğini tespit etmek amacıyla (α), AVE, CR, MaxR(H) katsayıları ve \sqrt{AVE} değerleri incelenmiştir. Tablo 3’te sunulan bulgular çerçevesinde kuramsal modeli oluşturan ölçeklere ilişkin CR değerlerinin minimum değer olan 0,7’den ve AVE değerlerinin minimum değer olan 0,50’den yüksek olduğu görülmüştür. Bu değerlere göre ölçeğin benzeşim geçerliliğini sağladığı ve (α) değerlerinin 0,70’in üzerinde olmasından dolayı değişkenlerin birbirleri ile tutarlılık gösterdikleri tespit edilmiştir.

Araştırma kapsamında yenilik arayışı, heyecan arayışı, risk algısı ve tereddüt değişkenlerinin karar verme tarzı boyutları üzerindeki açıklanma gücünü tespit etmek için R2 değerlerine bakılmış ve Şekil 3’te yer alan değerler incelenmiştir. Buna göre yenilik arayışı, heyecan arayışı, risk algısı ve tereddüt değişkenleri karar verme tarzı değişkenlerinden dürtüsellik boyutunun yaklaşık olarak %38’ini ($R^2=0,381$) açıkladığı tespit edilmiştir. Bunu sırası ile uyumluluk ($R^2=0,370$), akılcılık ($R^2=0,250$) ve faydacılık ($R^2=0,160$) boyutları takip etmiştir. Yenilik arayışını açıklamada en fazla etkiyi rahatlatma boyutu ($R^2=0,710$) sağlamış, bunu macera ($R^2=0,618$), yenilikçi öğrenme ($R^2=0,439$) ve sıkıntıdan kurtulma ($R^2=0,329$) boyutları takip etmiştir. Risk algısı ölçeğine ilişkin en fazla açıklama, performans riski boyutunda ($R^2=0,781$) görülmüştür. Bunu da sırasıyla fiziksel risk ($R^2=0,697$) ve sosyo-psikolojik ve zaman riski ($R^2=0,628$) izlemiştir.

Araştırma modelini oluşturan ölçeklerin yapısal olarak geçerli olduğu sonucuna ulaşılmış ve bir sonraki aşamaya geçilmiştir.

Tablo 3. Kuramsal Modele İlişkin Güvenirlilik Geçerlilik Değerleri

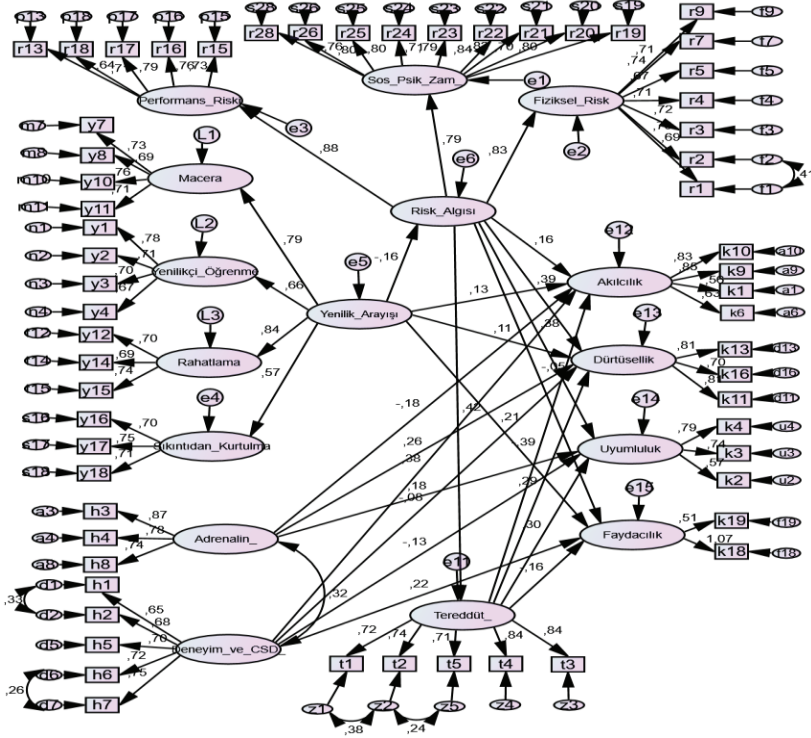
	(α)	CR	AVE	MSV	MaxR(H)	ASV	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Yenilik Arayışı	0,805	0,807	0,518	0,225	0,848	0,089	0,720								
2 Adrenalin	0,837	0,842	0,640	0,095	0,855	0,075	0,309	0,800							
Deneyim ve Can Sıkıntısı Duyarlılığı	0,841	0,837	0,509	0,225	0,849	0,088	0,474	0,301	0,714						
4 Tereddüt	0,837	0,882	0,601	0,239	0,891	0,116	-0,173	0,048	-0,255	0,775					
5 Akılcılık	0,796	0,826	0,548	0,278	0,861	0,095	0,268	-0,045	0,404	-0,395	0,740				
6 Dürtüsellik	0,807	0,819	0,602	0,324	0,828	0,109	0,033	0,225	-0,058	0,440	-0,285	0,776			
7 Uyumluluk	0,733	0,748	0,501	0,324	0,768	0,109	-0,151	0,113	-0,187	0,489	-0,091	0,569	0,708		
8 Faydacılık	0,711	0,750	0,613	0,278	0,887	0,081	0,361	0,057	0,330	-0,259	0,527	-0,069	-0,066	0,783	
9 Risk Algısı	0,887	0,879	0,709	0,225	0,888	0,033	-0,149	-0,091	-0,108	0,414	-0,036	0,464	0,474	-0,231	0,842

Araştırma modelini oluşturan hipotez sonuçları ile ilgili sonuçlar Tablo 4' te ve Şekil 4'te yer almaktadır. YEM analizinde yenilik arayışından uyumluluğa ($t=-0,513$, $p=0,608$) olan ölçüm yolunun p değeri ($p>0,05$)'ne göre en düşük anlamlılığa sahip olduğu için modelden çıkartılmıştır ve analiz tekrarlanmıştır. Daha sonra adrenalinden risk algısına ($t= -0,572$, $p=0,568$) olan ölçüm yolunun p değeri ($p>0,05$)'ne göre en düşük anlamlılık düzeyine sahip olduğu için modelden çıkartılmıştır ve analiz tekrarlanmıştır. Analiz sonucunda deneyim ve can sıkıntısı duyarlılığından risk algısına ($t= -1,089$, $p=0,276$) olan ölçüm yolunun p değeri ($p>0,05$)'ne göre en düşük anlamlılık düzeyine sahip olduğu için modelden çıkartılmıştır ve analiz yine tekrarlanmıştır. Son olarak Anlamlılık düzeyi en düşük deneyim ve can sıkıntısı duyarlılığından risk algısına ($t= -1,089$, $p=0,276$) olan ölçüm yolunun p değeri ($p>0,05$)'ne göre en düşük anlamlılık düzeyine sahip olduğu için modelden çıkartılmıştır ve analiz tekrarlanmıştır. Yapılan analiz sonucunda modele ilişkin yapıların etki bakımından ($p<0,05$) anlamlı sonuçlar verdiği, t değerlerinin ise 1,96 değerinin üzerinde olduğu görülmüştür.

Tablo 4. Nihai Modele İlişkin YEM Analizi Sonuçları

Etki		St. reg.	S.E.	t	R ²	P
Yenilik Arayışı	---> Risk Algısı	-0,162	0,093	-3,214	,027	0,001
Risk Algısı	---> Tereddüt	0,417	0,061	8,460	,174	***
Risk Algısı	---> Akılcılık	0,161	0,073	3,294		***
Risk Algısı	---> Dürtüsellik	0,391	0,068	7,668		***
Risk Algısı	---> Uyumluluk	0,380	0,061	7,272		***
Risk Algısı	---> Faydacılık	-0,450	0,044	-2,317		0,021
Yenilik Arayışı	---> Akılcılık	0,135	0,126	2,286		0,022
Yenilik Arayışı	---> Faydacılık	0,210	0,088	4,375	,246	***
Yenilik Arayışı	---> Dürtüsellik	0,109	0,109	2,679		0,007
Adrenalin	---> Dürtüsellik	0,258	0,033	5,928		***
Adrenalin	---> Uyumluluk	0,180	0,03	4,107	361	***
Adrenalin	---> Akılcılık	-0,176	0,035	-3,405		***
Deneyim ve Can Sıkıntısı Duy.	---> Akılcılık	0,380	0,047	7,371		***
Deneyim ve Can Sıkıntısı Duy.	---> Uyumluluk	-0,131	0,035	-3,068	,485	0,002
Deneyim ve Can Sıkıntısı Duy.	---> Faydacılık	0,219	0,027	4,292		***
Deneyim ve Can Sıkıntısı Duy.	---> Dürtüsellik	-0,082	0,038	-1,984		0,047
Tereddüt	---> Akılcılık	-0,387	0,06	-7,912		***
Tereddüt	---> Dürtüsellik	0,287	0,05	6,410	,597	***
Tereddüt	---> Uyumluluk	0,304	0,046	6,396		***
Tereddüt	---> Faydacılık	-0,160	0,034	-2,715		0,007

Modele göre heyecan arayışının risk algısı üzerinde anlamlı bir etkisi bulunamamıştır. Karar verme tarzı üzerinde ise hem negatif hem de pozitif etkiler tespit edilmiştir. Bununla birlikte yenilik arayışının risk algısı üzerinde negatif, karar verme tarzı üzerinde ise pozitif bir etkisinin olduğu gözlenmiştir. Risk algısı ile tereddüt değerlendirildiğinde, risk algısının tereddüdü pozitif yönde etkilediği, karar verme tarzını ise hem negatif hem de pozitif yönde etkilediği sonucu ortaya çıkmıştır. Son olarak tereddüdün karar verme tarzına negatif ve pozitif etkisinin olduğu saptanmıştır. Bu sonuçlar doğrultusunda hipotez H_1 , H_5 , H_6 ve H_7 desteklenmiş; hipotez H_3 ve H_4 kısmen desteklenmiş, H_2 hipotezi ise desteklenmemiştir.



Şekil 4. YEM analizi sonuçları.

Sonuç ve Öneriler

Sonuçlar değerlendirildiğinde yenilik arayışının risk algısına negatif ve anlamlı bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Kısaca bu bireylerin riske daha az duyarlı oldukları sonucu çıkmıştır. Alanyazında yapılan çalışmalarda yenilik, adrenalin, heyecan ya da farklılık arayan bireylerin risk algılarının diğerlerine göre daha düşük olduğu ve elde edilen so-

nuçlarla örtüştüğü görülmüştür (Cohen 1972; Mo vd., 1993, 1994; Keng ve Chang 1999; Lepp ve Gibson, 2003). Sonuçlar değerlendirildiğinde yenilik arayışının risk algısına negatif ve anlamlı bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Kısaca bu bireylerin riske daha az duyarlı oldukları sonucu çıkmıştır. Alanyazında yapılan çalışmalarda yenilik, adrenalin, heyecan ya da farklılık arayan bireylerin risk algılarının diğerlerine göre daha düşük olduğu ve elde edilen sonuçlarla örtüştüğü görülmüştür (Cohen 1972; Mo vd., 1993, 1994; Keng ve Chang 1999; Lepp ve Gibson, 2003). Katılımcıların risk algılarının tereddütlerini anlamlı ve pozitif bir şekilde etkilediği tespit edilmiştir. Örneğin Garg (2015)'in çalışmasında turistlerin büyük bir çoğunluğunun deprem, tsunami, SARS, Domuz gribi ve terörist faaliyetleri gibi doğal ya da doğal olmayan durumları riskli olarak algıladıkları sonucu çıkmıştır. Bununla birlikte güvenlik, barış veya istikrarın destinasyon seçiminde etkili olduğunu bildirmiştir. Tereddütün dürtüsellik ve uyumluluk boyutlarında pozitif ve anlamlı, akılcılık ve faydacılık boyutlarında ise negatif ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Kısaca değerlendirmek gerekirse, tehlikenin boyutunu küçümseyen ya da riskli davranışlar sergileyen bireylerin tereddüt etme eğilimi içerisinde olduklarında genellikle kararlarını erteledikleri veya vazgeçtikleri söylenebilir.

Yenilik ve heyecan arayışına yönelik de çok az çalışma bulunmaktadır. Bireylerin yenilik ve heyecan seviyeleri belirlenerek literatüre katkı açısından bu modelden yararlanılabilir. Böylece farklı bölgelerde veya Türkiye genelinde yerli veya yabancı ziyaretçilerden veriler toplanabilir. Böylece farklı bölgeleri tercih eden bireylerin karar verme tarzları kıyaslanabilir. Kamp alanı tercihlerinde güncel veriler sunan platformları takip ettiği ve bu platformlara şikayetlerini, önerilerini ya da memnuniyet düzeylerini dile getirdikleri bilinmektedir. Örneğin bu çalışma sonucunda kamp yapan bireylerin %80'ninden fazlasının tesis bünyesinde kamp yaptığı bilinmektedir. Hal böyleyken işletmelerin rakiplerine avantaj sağlayabilmesi ve kampçıların isteklerine uygun koşullarda cevap verebilmesi için bu platformları sürekli olarak takip etmesi gerekebilir.

Kaynakça

- An, S. (2016). *Examining the relationships among perceived risk, attitude and intention to travel to destinations along the US–Mexico border*. PhD Thesis. Texas: A&M University.
- Assaker, G., Vinzi, V. E. ve O'Connor, P. (2011). Examining the effect of novelty seeking, satisfaction, and destination image on tourists' return pattern: a two factor, non-linear latent growth model. *Tourism Management*, 32, 890-901.
- Atadil, H. A. (2016). *An Examination of Destination Choice Behavior Using Meme Maps, Images and Decision Making Styles*. PhD Thesis. ABD: University of South Carolina.
- Atadil, H. A., Sirakaya-Turk, E., Meng, F. ve Decrop, A. (2018). Exploring travelers' decision-making styles. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(1), 618-636.

- Avcıkurt, C. (2020). *Turizm sosyolojisi genel ve yapısal yaklaşımı*. 6. Baskı. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Baloglu, S. and McCleary, K. W. (1999). A model of destination image formation. *Annals of Tourism Research*, 26(4), 868-897.
- Chang, M. L. ve Wu, W. Y. (2012). Revisiting perceived risk in the context of online shopping: An alternative perspective of decision-making styles. *Psychology & Marketing*, 29(5), 378-400.
- Cho, C. H., Kang, J., ve Cheon, H. J. (2006). Online shopping hesitation. *Cyberpsychology & Behavior*, 9(3), 261-274.
- Correia, A. ve Pimpao, A. (2008). Decision-making processes of Portuguese tourist travelling to South America and Africa. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 2(4), 330-373.
- Correia, A., Pimpão, A. ve Crouch, G. (2008). Advances in culture. *Tourism, and Hospitality Research*, 2, 1-26.
- Çeken, H. (2003), *Küreselleşme, yabancı sermaye ve Türkiye turizmi*, İstanbul: Değişim Yayınları.
- Demir, B. and Türkmen, S. (2020). Determining the holiday expectations of turkish tourists after the health risk of COVID-19 epidemic. *Journal of Turkish Tourism Research*, 4(3), 2456-2471.
- Floyd, M. and Pennington-Gray, L. (2004). Profiling risk perceptions of tourists. *Annals of Tourism Research*, 31, 1051-1054.
- Fuchs, G., & Reichel, A. (2006b). Tourist destination risk perception: The case of Israel. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 14(2), 83-108.
- Garg, A. (2015). Travel risks vs tourist decision making: A tourist perspective. *International Journal of Hospitality & Tourism Systems*, 8(1), 1-9.
- Ghaleno, F. R., Pourshafei, H. ve Yunesi, M. R. A. (2015). Decision making styles of managers and its relation with their job performance in high schools of Birjand city. *Cumhuriyet Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Fen Bilimleri Dergisi*, 36(3), 471-481.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. ve Anderson, R. E. (2014). *Multivariate data analysis*. (Seventh edition). Essex: Pearson Education Limited.
- Hoyle, R.H., Stephenson, M.T., Palmgreen, P., Lorch, E.P. ve Donohew, R. L. (2002). Reliability and validity of a brief measure of sensation seeking. *Personality and Individual Differences*, 32, 401-414.
- Inouye, J. (2014). *Risk perception: Theories, strategies, and next steps*. Itasca, IL: Campbell Institute National Safety Council.

- Kim, S. ve Kim, H. (2015). Moderating effects of tourists' novelty-seeking tendencies on the relationship between satisfaction and behavioral intention. *Tourism Analysis*, 20(5), 511-522.
- Kitouna, S., & Kim, Y. G. (2017). Tourists' novelty-seeking motivation in nature-based tourism destinations: The case of Vang Vieng city in Laos, 31(10), 45-58.
- Kline, R. B. (1998). Principles and practice of structural equation modeling. NY: Guilford publications.
- Lee, T. H. ve J. T. Crompton (1992). Conceptualizing and measuring novelty seeking in tourism. *Annals of Tourism Research*, 19(4), 732-51.
- Lepp, A. ve Gibson, H. (2003). Tourist roles, perceived risk and international tourism. *Annals of Tourism Research*, 30(3), 606-624.
- Lin, J. H., Lee, S. J., Yeh, C., Lee, W. H., & Wong, J. Y. (2014). Identifying gender differences in destination decision making. *Journal of Tourism & Recreation*, 1(1), 1-11.
- Liu, M., Brock, J., Shi, G., Chu, R., & Tseng, T. (2013). Perceived benefits, perceived risk, and trust: Influences on consumers' group buying behaviour. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 25(2), 225-248.
- Mitchell, V. W., (1992), Understanding consumers' behaviour: can perceived risk theory help? *Management Decision*, 30(3), 26-31.
- Mitchell, V. W., Kiral H.R., (1999), Risk positioning of UK grocery multiple retailers, the international review of retail. *Distribution and Consumer Research*, 9(1), 17-39.
- Peng, N. ve Chen, A. (2019). Luxury hotels going green—the antecedents and consequences of consumer hesitation. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(9), 1374-1392
- Pizam, A., Jeong, G.H., Reichel, A, Boemmel, H.V., Lusson, J. M., Steynberg, L., Statecostache, O. ve Montmany, N. (2004). The relationship between risk-taking, sensation-seeking, and the tourist behavior of young adults: A cross-cultural study. *Journal of Travel Research*, 42(3), 251-260.
- Pizam, A., Reichel, A. ve Uriely, N. (2001) Sensation seeking and tourist behavior. *Journal of Hospitality and Leisure Marketing*, 9(3-4), 17-33.
- Scott, S.G., & Bruce, R.A. (1995). Decision-making style: the development and assessment of a new measure. *Educational and Psychological Measurement*, 55(5), 818-831.
- Sirakaya, E. ve Woodside, A. G. (2005). Building and testing theories of decision making by travellers. *Tourism management*, 26(6), 815-832.
- Sproles, G.B. ve Kendall, E. (1986). A methodology for profiling consumers' decision making styles. *The Journal of Consumer Affairs*, 20(2), 268-279.

- Stone, M. J. (2014). *Delegation in tourism decision making: Toward an understanding of the role of social surrogate*. PhD. Thesis. ABD.
- Taşar, M. O. (2007). Ekonomik özgürlük kavramı ve Türkiye’de ekonomik özgürlüklerin gelişimi. *Selçuk Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 15(1), 143-167.
- Ural, A. ve Kılıç, İ. (2005). *Bilimsel araştırma süreci ve SPSS ile veri analizi (SPSS 10.00-12.0 For Windows)*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Weaver, P. A., McCleary, K. W., Han, J., & Blosser, P. E. (2009). Identifying leisure travel market segments based on preference for novelty. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 26(5-6), 568-584.
- Wong, J.-Y. ve Yeh, C. (2009). Tourist hesitation in destination decision making. *Annals of Tourism Research*, 36(1), 6-23.
- Yazicioglu, Y., & Erdogan, S. (2004). *SPSS uygulamalı bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Ek 1: Etik Kurul Raporu


T.C.
BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL VE BEŞERİ BİLİMLER ETİK KOMİSYONU
ONAY BELGESİ


Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı Doktora Öğrencisi Musa OFLAZ'ın Prof. Dr. Ahmet KÖROĞLU'nun danışmanlığında yürüttüğü "Yenilik Arayışı, Heyecan Arayışı, Tereddüt ve Risk Algısının Karar Verme Tarzına Etkisi: Kamp Yapan Yerli Ziyaretçiler Örneğinde İncelenmesi" isimli çalışmanın alan araştırmasını gerçekleştirebilmesi ile ilgili etik kurul onay belgesi isteği komisyonumuzca değerlendirilmiş ve etik açıdan uygun bulunmuştur. 09.06.2020


Komisyon Başkanı
Prof. Dr. Mehmet NARLI


Prof. Dr. Elif ÇİMEN
Üye


Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT
Üye


Prof. Dr. Salim ÇONOĞLU
Üye


Prof. Dr. Uğur GÜRGAN
Üye