BOLU'NUN TERMAL TURİZM POTANSİYELİ VE TERMAL TURİST PROFİLİ

NERGİS DERELİ

(Yüksek Lisans Tezi)

Eskişehir, 2019

BOLU'NUN TERMAL TURİZM POTANSİYELİ VE TERMAL TURİST PROFİLİ

Nergis DERELİ

T.C

Eskişehir Osmangazi Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü

Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ESKİŞEHİR, 2019

T.C.

ESKİŞEHİR OSMANGAZİ ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Nergis DERELİ tarafından hazırlanan Bolu'nun Termal Turizm Potansiyeli ve Termal Turist Profili adlı bu çalışma ….../…../2019 tarihinde Eskişehir Osmangazi Sosyal Bilimler Enstitüsü Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Yönetmeliğinin ilgili maddesi uyarınca yapılan savunma sınavı sonucunda başarılı bulunarak, Jürimiz tarafından Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalında Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan…….

Üye…….

Üye……

ONAY

…./…./2019

Enstitü Müdürü

Prof. Dr. Mesut ERŞAN

…/.../2019

ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ

Bu tezin/projenin Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi hükümlerine göre hazırlandığını; bana ait, özgün bir çalışma olduğunu; çalışmanın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgilerin sunumu aşamalarında bilimsel etik ilke ve kurallara uygun davrandığımı, bu çalışma kapsamında elde edilen tüm veri ve bilgiler için kaynak gösterdiğimi ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi; bu çalışmanın Eskişehir Osmangazi Üniversitesi tarafından kullanılan bilimsel intihal tespit programıyla taranmasını kabul ettiğimi ve hiçbir şekilde intihal içermediğini beyan ederim. Yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması halinde ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçlara razı olduğumu bildiririm.

Nergis DERELİ

ÖZET

BOLU'NUN TERMAL TURİZM POTANSİYELİ VE TERMAL TURİST PROFİLİ

DERELİ, Nergis

Yüksek Lisans-2019

Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı

Danışman: Doç. Dr. Rahman TEMİZKAN

Bu çalışmanın amacı, ikincil verileri derleyerek Bolu'nun termal turizm potansiyelini ortaya çıkartmak ve Bolu'daki termal turizm tesislerinden hizmet alan termal turistlerin memnuniyet düzeylerini belirlemektir. Böylece Bolu'nun termal turizm potansiyelinin yeterince kullanılıp kullanılmadığı ve termal turizm tesislerinin eksik yanları tespit edilmiş olacak ve termal turizm potansiyelinin kullanılmasına yönelik öneriler geliştirilecektir. Araştırmanın örneklemini 2018 yılında Haziran-Ekim ayları arasında Bolu'nun termal tesislerinde konaklayan 450 yerli termal turist oluşturmaktadır. Araştırmacıların, hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyeti için geliştirdikleri ölçekler kullanılarak çalışmaya uyarlanmıştır. Turistlerin memnuniyet düzeyi, Parasurman ve arkadaşlarının SERVQUAL yöntemde oluşturduğu hizmet kalitesi boyutları kapsamında ölçülerek 6 faktör altında toplanmıştır. Elde edilen veriler SPSS istatistik paket programında, Croanbach Alpha, faktör analizi, KMO(Kaiser-Meyer-Olkin), Bartlett testleri, varyans (One-Way ANOVA, tukey) ve korelasyon analizleri ile t testleri yapılmıştır. Yapılan analizler sonucunda, termal turistlerin Bolu'nun termal turizm tesislerinden memnuniyet düzeylerinin demografik özelliklerine göre anlamlı farklılıklar gösterdiği tespit edilmiştir. Turistler, Bolu'nun termal tesisleri hakkındaki değerlendirmelerinde, güven boyutunda memnuniyetleri yüksekken tesislerin fiziksel donanımları boyutunda memnuniyetlerinin düşük olduğu görülmektedir. Sonuç olarak; Bolu'nun termal turizm potansiyelinin doğal kaynaklar açısından çok zengin olduğu ve bu potansiyelin küçük bir kısmının termal turizm tesisleri ile turizm sektörüne kazandırıldığı görülmüştür ancak termal turistlerin bu tesislerin güven boyutundaki özelliklerinden memnun olmalarına

rağmen fiziksel donanımlar özelliklerinden memnun olmadıkları görülmüştür. Bolu'nun termal turizm tesislerinin fiziksel yapı ve donanım yönünden kendilerini yenilemeleri ve standartlarını arttırmaları gerektiği söylenebilir.

Anahtar Kelimeler: Termal turizm, memnuniyet, turizm potansiyeli

ABSTRACT

THERMAL TOURISM POTENTIAL OF BOLU AND ITS THERMAL TOURIST PROFILE

DERELİ, Nergis

Master Degree - 2019

Department Of Tourism Management

Advisor: Doç. Dr. Rahman TEMİZKAN

This study aims to reveal thermal tourism potential of Bolu and determine the level of satisfaction of thermal tourists who received service from thermal tourism facilities by compiling secondary data. Thus, whether Bolu's thermal tourism potential is sufficently used shall be determined, lacking aspects of thermal tourism facilities shall be identified, and suggestions towards the usage of thermal tourism potential shall be developed. Sampling of the research consists of 450 thermal tourists who stayed in the thermal tourism facilities in the province of Bolu from June to October in 2018. Scales, developed by researchers for service quality and customer satisfaction, are used and adapted to the study. Satisfaction level is measured in scope of Parasurman et al.'s service quality dimensions with Servqual method, and these are aggregated under 6 factors as tourism potential dimensions. The obtained data is evaluated using SPSS packaged software of statistics, Croanbach Alpha, factor analysis, KMO (Kaiser – Meyer – Olkin), Barlett tests, variance (One-Way ANOVA, Turkey) and correlation analyses, and t tests. In the result of the conducted analyses, it is determined that level of satisfaction of thermal tourists on Bolu's thermal tourism facilities vary in accordance with demoghrapical features of the tourists. It is seen, in light of the evaluations of thermal tourists concerning the thermal facilities, that, their satisfaction in the trust dimention is high, while their satisfaction in the dimension of physical equipment is low. To conclude; it is observed that Bolu's thermal tourism potential is very high in natural reources, and, a little portion of this potential is featured in the tourism sector by means of thermal tourism facilities, however; while thermal tourists are satisfied with some aspects of these facilities, they are unsatisfied with others. It can be said that thermal

tourism facilities in the province of Bolu need to renew themselves in aspects of physical structure and equipment, and should increase their standards.

Key Words: Thermal tourism, satisfaction, tourism potential.

İçindekiler

ÖZET v

ABSTRACT vii

TABLOLAR LİSTESİ xi

EKLER LİSTESİ xiii

KISALTMALAR LİSTESİ xiv

ÖNSÖZ xv

GİRİŞ 1

1.BÖLÜM

SAĞLIK TURİZMİ

1.1. SAĞLIK TURİZMİ KAVRAMI 3

1.1.1. Geçmişten Bugüne Sağlık Turizminin Gelişimi 5

1.1.2. Sağlık Turizminin Önemi ve Sağladığı Faydalar 7

1.1.3. Sağlık Turizminin Bulunulan Yerin Dışında Yapılmasının Nedenler 9

1.1.4. Sağlık Turizminin Özellikleri 11

1.1.5. Sağlık Turizmi Kapsamındaki Termal Turizm 11

1.2. TÜRKİYE'DE SAĞLIK TURİZMİ 18

2. BÖLÜM

TERMAL TURİZM

2.1. TERMAL TURİZM KAVRAMI 26

2.1.1. Geçmişten Bugüne Termal Turizmin Gelişimi 28

2.1.2 Termal Turizmin Faydaları 30

2.1.3. Termal Turizm Kavramları 34

2.2. DÜNYA'DA TERMAL TURİZM 39

2.3. TÜRKİYE'DE TERMAL TURİZM 42

2.3.1. Bolu'da Termal Turizm 45

3. BÖLÜM

BOLU'NUN TERMAL TURİZM POTANSİYELİ VE TERMAL TURİST PROFİLİ

3.1. ARAŞTIRMANIN PROBLEMİ 52
3.2. ARAŞTIRMANIN AMACI 53
3.3. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ 54
3.4. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ 54
3.4.1. Evren ve Örneklem 55
3.4.2. Veri Toplama Tekniği ve Araçları 56
3.4.3. Memnuniyet Ölçeği 56
3.4.4. Kapsam ve Sınırlılıklar 60
3.4.5. Verilerin Analizi 60
3.5. BULGULAR VE YORUMLAR 61
3.5.1. Demografik Özelliklere İlişkin Bulgular 61
3.5.1. Güvenilirlik ve Faktör Analizi 69
3.5.2. Korelasyon Analizi 72
3.5.3. t Testi Analizleri 73
3.5.4. Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları (ANOVA) 77
SONUÇ VE ÖNERİLER 87
KAYNAKÇA 91
EKLER……...99

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1. Dünya'da Sağlık Turizminin Sınıflandırılması 15

Tablo 2. Amerika'dan Diğer Ülkelere Giden Turistlerin Yıllara Göre Artışı 17

Tablo 3. Amerika'ya Gelen Sağlık Turistlerinin Yıllara Göre Dağılımı..... 17

Tablo 4. Türkiye'ye En Çok Sağlık Turisti Gelen 5 İl 21

Tablo 5. Dünya Ülkelerinin Akreditasyonlu Sağlık Kuruluşu Sayısı 21

Tablo 6. 2010-2014 Yılları Arasında Sağlık Turizmi Kapsamında Türkiye'ye Gelen Turistler 23

Tablo 7. 2015-2017 Yılları Arasında Türkiye'ye Gelen Turist ve Elde Edilen Gelir24

Tablo 8. 2014 Yılı Dünya'da Termal Turizmi Tercih Edilen Ülkeler Ve Gelen Turist Sayıları 39

Tablo 9. Bolu'nun Termal Tesisleri ve Yatak Kapasitesi 46

Tablo 10. Bolu'nun Geceleme Oranları 46

Tablo 11. Bolu'ya Gelen Termal Turistlerin Demografik Özellikleri….....61

Tablo 12. Bolu'ya Gelen Termal Turistlerin Meslekleri..... 62

Tablo 13. Bolu'ya Gelen Termal Turistlerin Konakladıkları Oteller..... 63

Tablo 14. Bolu'ya Gelen Termal Turistlerin Bolu'da Termal Tesis Olduğunu Bilip-Bilmemesi 63

Tablo 15. Bolu'da Termal Tesislerde Konaklayan Termal Turistlerin Geldikleri İller 64

Tablo 16. Bolu'ya Gelen Termal Turistlerin Termal Turizme Dair Tercihleri..... 64

Tablo 17 Bolu'ya Gelen Termal Turistlerin Termal Tesislere Geliş Amaçları..... 65

Tablo 18. Bolu'ya Gelen Termal Turistlerin Anket İfadelerine Katılımları 67

Tablo 19. Cronbach Alpha Katsayıları ve Güvenilirlik Dereceleri..... 69

Tablo 20. Bolu'nun Termal Turizm Memnuniyeti Anket Soruları İçin Güvenilirlik Analizi Sonuçları..... 69

Tablo 21. Bolu'nun Termal Turizm Anket Maddeleri için Döndürülmüş Faktör Matris Sonuçları 70

Tablo 22. Bolu Termal Turizm Anket Maddeleri için Betimleyici İstatistikler 72

Tablo 23. Bolu Termal Turizm Anket Maddeleri için Normallik Testi 72

Tablo 24. Termal Turizm Potansiyeli için Korelasyon Analizi Sonuçları 73

Tablo 25. Cinsiyete Göre Termal Turizm Potansiyeli Anket Maddeleri İçin Bağımsız Örneklemler t testi Sonuçları 73

Tablo 26. Medeni Duruma Göre Termal Turizm Potansiyeli Anket Maddeleri İçin Bağımsız Örneklemler t testi Sonuçları 74

Tablo 27. Bolu'da Termal Tesis Olduğunu Bilme Durumuna Göre Termal Turizm Potansiyeli Anket Maddeleri İçin Bağımsız Örneklemler t testi Sonuçları 76

Tablo 28. Yaşa Göre Termal Turizm Potansiyeli Anket Maddeleri için Varyans Analizi Testi Sonuçları 77

Tablo 29. Eğitime göre Termal Turizm Potansiyeli Anket maddeleri için Varyans Analizi Testi Sonuçları 78

Tablo 30. Mesleğe göre Termal Turizm Potansiyeli Anket maddeleri için Varyans Analizi Testi Sonuçları 80

Tablo 31. Gelire göre Termal Turizm Potansiyeli Anket maddeleri için Varyans Analizi Testi Sonuçları 81

Tablo 32. Ankete Katılanların Konakladıkları otele göre Termal Turizm Potansiyeli Anket maddeleri için Varyans Analizi Testi Sonuçları 83

EKLER LİSTESİ

Ek1: Anket Formu…….99

KISALTMALAR LİSTESİ

WHO: Dünya Sağlık Örgütü

M.Ö: Milattan Önce

M.S: Milattan Sonra

GHR: Dünya Sağlık Araştırmaları (Global Health Research)

GWS: Küresel Sağlık Zirvesi (Global Wellness)

OECD: Ekonomik Kalkınma ve İş Birliği Örgütü (Organisation for Economic Co-operation and Development)

MTI: Medical Tourism Index (Medikal Turizm Dizini)

BM: Birleşmiş Milletler

ABD: Amerika Birleşik Devletleri

Türofed: Türkiye Otelciler Federasyonu

DPT: Devlet Planlama Teşkilatı

Tuik: Türkiye İstatistik Kurumu

UNWTO: Dünya Turizm Örgütü

ÖNSÖZ

2018-25050 kodlu projemi destekleyen T.C. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri (BAP) birimine ve birime başvurmamı sağlayan Doç. Dr. FATİH ÇEMREK'e teşekkür ederim.

Tez hazırlama sürecimde benden bilgi ve deneyimlerini, desteğini esirgemeyen danışmanım Doç. Dr. Rahman TEMİZKAN'a ve proje yürütücüm Doç. Dr. Pınar TEMİZKAN'A, verilerin analizi ve bulguların değerlendirilmesinde Arş. Gör. Barış ERGÜL'e, fikir ve deneyimlerini esirgemeyen, sorularıma sabırla cevap veren Doç. Dr. Cüneyt TOKMAK'a, Arş. Gör. Özel KILIÇ'a, Arş. Gör. Dr. Beybala TİMUR'a, Öğr. Gör. Yılmaz SEVER ile tüm Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Turizm Fakültesi hocalarıma minnet ve teşekkürlerimi sunuyorum.

GİRİŞ

Değişen Dünya, alışkanlıklar ve teknoloji insanların isteklerinde değişime neden olmaktadır. Teknoloji gelişip insanlara kolaylıklar tanımadan önce insanlar; deniz, kum ve güneş turizmine katılmayı isterken günümüzde bilinen turizm türlerinin dışına çıkarak macera ve farklılık aramaktadır. İnsanların farklılık arayışı, turizm sektörünü klasik tatil anlayışından uzaklaştırarak alternatif türler aramaya itmiştir. Turizm sektöründeki değişimin dışında insanlar; kalabalık, gürültü, stres ve çevre kirliliği ile başa etmek zorunda kalarak hayatları değişmiştir. Bu durumdan kaçmak, sağlıklarını korumak isteyen insanlar, sağlıklı yaşam arayışına girmektedir. Sağlığın, insan hayatı için gerekli bir ihtiyaç olduğunu gören turizm sektörü, sağlığı alternatif turizm türü olarak kullanmaktadır. Sektör, sağlık ve turizmi bir araya getirerek sağlık arayanlara sağlık sunarken sağlık turizminden gelir sağlamaktadır (Temizkan ve Çiçek, 2015: 11-14. Moloğlu, 2015: 673).

Sağlık, bireyin psikolojik, sosyal ve fiziksel yönden iyi olması olarak tanımlanırken sağlık turizmi, sağlıklı olmak için bulunulan ülke ya da bölgeden uzaklaşılarak tedavi alınmasıdır ya da sağlığın korunması amacıyla seyahat etmektir (Yalçın, 2006: 38). Her yıl Dünya'da 100 milyar doları aşan sağlık turizminin birçok alt dalı bulunmaktadır. Sağlık turizminin içerisinde yer alarak gelişimini farklı bir turizm türü gibi sürdüren termal turizm, hasta bireylerin yararlanması için var olan sıcak su kaynaklarının tedavi amaçlı kullanılmasıdır (Türksoy, 2010: 702). Termal turizm, diğer turizm türlerine göre hızlı gelişerek daha fazla kazanç sağlamaktadır (Çetin, 2011: 902. Aydın, 2012: 92). Bu duruma, sezonluk olmayıp her mevsim tercih edilmesi, yüksek doluluk ve kar sağlaması, kısa sürede yatırımını kapatabilmesi, diğer turizm türleriyle birlikte ve kolay uygulanabilmesi neden olmaktadır (Pırnar, 2008: 47).

Termal turizm, ekonomik açıdan çekicilik arz ettiği için ülkeler termal turizm alanında gelişmeye çalışmaktadır. Türkiye, konumu ve termal kaynak potansiyeline bakıldığında diğer ülkelere göre oldukça zengin bir ülkedir. Termal suyu, kür uygulamalarına uygun, verimli, zengin ve debisinin yüksek oluşuyla avantaj sağlamaktadır (Tavşan, 2012: 16-17). Ancak donanım, alt yapı eksikliği, yatırımcı sıkıntısı, tanıtım eksiklikleri ve hizmette yaşanan sorunlar, potansiyelini tam olarak kullanamamasına neden olmaktadır (Özgen, 2011: 26). Eksikliklerin tamamlanıp

giderilmesi için Turizm Bakanlığı, 2023 Stratejisi belirleyerek termal turizmde gelişmeyi amaçlamaktadır. 100.000 yatak kapasitesine ulaşılarak 1.500.000 termal turiste hizmet verilip 3 milyar dolar kazanmayı hedeflemektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007: 22). Hedefler doğrultusunda; termal turizmde gelişmek için yatırımcı bulmak, tanıtımları arttırmak önem taşımaktadır.

Türkiye'nin Stratejik hedeflerinde, termal turizmi tanıtmak için termal potansiyeli olan illerin tespit edilerek tanıtımına ağırlık verilmesinin gerekliği üzerinde durulmaktadır. Turizm Bakanlığı, 17/10/1993 tarih ve 21731 sayılı resmi gazetesiyle Bolu'daki termal potansiyeli zengin bulup bölgeyi Termal Turizm Merkezi olarak ilan etmiştir. Termal turizm merkezi ilan edilmesine rağmen bilinirliği az olup yatırımcı sıkıntısı çekmektedir (www.kulturportali.gov, 2018). Bolu'da 19 işletme belgeli, 66 mahalli idare belgeli olmak üzere toplam 85 tesis bulunmaktadır. İşletme belgeli tesislerin toplam yatak kapasitesi; 3.550, mahalli idare belgeli tesislerin yatak kapasitesi ise 3.438'dir (www.bolutso.org, 2018). Toplamda 6.988 yatak kapasitesiyle hizmet vermektedir. En fazla suyun çıktığı Karacasu bölgesi, 8.640 kişilik yatak kapasitesine cevap verebilmektedir ama bölgede 2.270 yatak kapasitesi bulunmaktadır (www.bolu.gov, 2018).

Bu çalışma, termal turizm alanındaki gelişmelere katkı sağlayarak Bolu'daki termal tesislerin hizmet eksikliklerinin anlaşılması ve tesislere gelen turistlerin memnuniyet düzeyini ölçmek amacıyla yapılmıştır. Bolu'ya gelen termal turistlerin profillerine göre memnuniyet düzeyini arttırabilecek öneriler sunmak amaçlanmaktadır. Türkiye'nin termal turizmine Bolu'nun termal turizminin gelişmesinin katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Çalışma üç bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde; sağlık turizmi, Dünya'da ve Türkiye'de sağlık turizmi anlatılarak sağlık turizmi alanındaki bilgiler sunulmuştur. İkinci bölümde; termal turizm, Dünya'da, Türkiye'de ve Bolu'da termal turizm ile Bolu'daki termal tesislerin mevcut durumu ortaya koyulmuştur. Üçüncü bölümde; araştırma kapsamında yapılan anketlerin analizleri ve literatürle bağlantısı ortaya koyularak öneriler sunulmuştur.

1.BÖLÜM

SAĞLIK TURİZMİ

1.1. SAĞLIK TURİZMİ KAVRAMI

Sağlık, bireyin özüdür ve bireyin yaşamında temel bir ihtiyaçtır. Sağlık olmadığında, hayattan tat almak zorlaşmaktadır. Bu yüzden atalarımız "sağlık varlıktan yeğdir." diyerek sağlığın aslında var olmaktan bile daha değerli olduğunu, sağlıklı olduğumuzda var olmanın değer bulduğunu belirtmektedir. Sophia Witter, sağlık olmadığı takdirde diğer ihtiyaçların, mal ve hizmetlerin bir anlamı olmayacağını düşünmektedir (Witter, 2002: 4). İnsanların sağlıklı yaşamak, sağlıklı yaşlılık sürmek ve teknolojinin gelişimiyle yarattığı kalabalık, gürültü, çevre kirliliği ve stresin etkisiyle bozulan sağlıklarını düzeltmek ihtiyacıyla sağlığın önemi giderek artmaktadır. İhtiyacı fark eden turizm sektörü, insanların aradığı sağlıklı olma ihtiyacını turizmle birleştirip turizmde istihdam alanı olarak sağlık turizminin ortaya çıkmasına neden olmuştur (Moloğlu, 2015: 673-674. Temizkan ve Çiçek, 2015: 17).

Sağlık turizminin literatürde medikal turizm olarak geçtiği görülmektedir. Ancak sağlık turizmi ve medikal turizm arasında farklılıklar bulunmaktadır. Medikal turizm, sağlık turistinin hastalığına yönelik daha çok tıbbi müdahale içermektedir. Sağlık turizmi ise medikal turizmi kapsayarak sağlıklı kalma ve kozmetik işlemlerini içerisine ekleyen ve bir bütün haline getiren turizm türüdür (Özdemir ve Konak, 2015: 77). Medikal turizm, tıp alanı içerisinde kendine yer edinmektedir ve hastanede tedavi alınması gereken sağlık durumunda uygulanmaktadır (Çetinkaya, 2010: 10). Sağlık turisti eğer tıbbi bir işlem geçirmemişse medikal turizme katılmış sayılmamaktadır. Çünkü sağlık turizmi geneli kapsarken, medikal turizm onun alt dalı olarak geçmektedir (Yırık, 2014: 21).

Sağlık ve sağlık turizminin literatürde kesin bir tanımı bulunmamakla birlikte araştırmacılar bir tanımın altını kendi bakış açılarına göre doldurmaktadır. Çoğu araştırmacı konuya kendi bakış açısına göre sınırlamalar getirmektedir (Temizkan ve Çiçek, 2015: 16).

Sağlık, Abeles ve Kipnes'a (1998) göre; kişinin sosyal, fiziksel ve psikolojik açıdan iyi olması olarak tanımlamaktadır (Harahsheh, 2002: 22). Abeles ve Kipnes

sağlığı sadece fiziksel olarak görmeyip bireyin ruh halini, sağlıklı olmanın içerisine eklemektedir. Bir başka deyişle, bireyin sadece fiziksel değil her anlamda kendini iyi hissetmesidir. Dünya Sağlık Örgütü'ne göre, sağlık Abeles ve kipnes'ın belirttiği gibi hastalığın olmayışı ve bireylerin yaşamlarını fiziksel ve ruhsal anlamda sağlıkla sürdürmesidir (WHO, 2017).

Suad Imran'a göre; sağlık turizmi, tedavi amacı bulunmadan geçici bir hareketle seyahat etmektir. Bu seyahat, doktor tarafından tavsiye edilmektedir ya da gönüllü yapılmaktadır (Harahsheh, 2002: 22). Imran, tedavi şartı olmadan gönüllü tedavi alan bireyleri sağlık turizmi kapsamına almaktadır. Özdemir'de Imran'nın belirttiği gibi, sadece tedavi olacak hastaları değil, dinlenmek ve sağlığını iyileştirmek için kaplıca hizmetlerini otellerde alan bireyleri sağlık turizmi içerisine dahil etmektedir (Yalçın, 2006: 34-39).

Van Sleipen'a göre sağlık turizmi; evden uzakta, boş zamanda ve sağlık amacıyla gerçekleştirilerek sağlığı iyileştirici etkisiyle hareket etmektir (Harahsheh, 2002: 22). Weihrauch hastaların boş zamanlarında tatildeyken, dinlenirken ve iş seyahatindeyken tedavi olmak istediklerini belirtmektedir (Weihrauch, 2003: 58, Akt: Yalçın, 2006: 38). Weihrauch bu görüşüyle Sleipen'ı desteklemektedir ve bireylerin sadece hasta olduklarında sağlık turizmine katılmayıp boş zamanlarında, işte, gezerken sağlık turizmine katılabileceğini düşünmektedir. Ancak Pollock ve Williams, sağlık turizmini; dinlenme, boş zaman, eğitim faaliyetleri, işte ve evde geçirilen zamanı çıkarılarak kullanan turizm türü olarak görmektedir ve alınan hizmetle bireylerin sağlıkları korunmaktadır ya da sağlıksız bireylerin iyileşmesi amaçlanmaktadır (Harahsheh, 2002: 22). Pollock ve Williams sağlık turizminin sadece sağlık amacıyla meydana geldiğini düşünmektedir.

Çelik'e göre; her ülkenin bünyesinde bulunan imkanları hasta bireylerin sağlıklarını geri kazanması için kullanılmasıyla sağlık kuruluşlarının artması ve büyümesine yardımcı olan turizm türü olarak görülmektedir (Çelik, 2000: 4, a). Bu bakış açısına göre, sağlık turizmi sadece insanların tedavi olması yönünden değil ülkelerin gelişmesine katkı sağlayarak sağlık kuruluşlarının büyümesine destek olmaktadır.

Kültür ve Turizm Bakanlığı'na göre, hastaların iyileşmesi ya da sağlıklarının devam edebilmesi için kaplıcalara giderek aldıkları fizik tedavi ve rehabilitasyon hizmetlerini, güzellik işlemlerini, sağlık operasyonlarını uluslararası sağlık kuruluşları bünyesinde almaları sağlık turizmi kapsamına alınmaktadır (www.yigm.kulturturizm.gov, 2017).

Bir başka görüşe göre; hastaların sağlıklarını geri kazanmak ya da korumak için bulundukları yerden bir başka ülke veya bölgeye giderek tedavi hizmetleri almaları sağlık turizmi kapsamına alınmaktadır (Ünal ve Demirel, 2011: 136. Daştan, 2014: 145).

Araştırmacıların yaptığı tanımlardan yola çıkıldığında, sağlık turizminin tanımını yapabilmek ya da turistin sağlık turisti olduğunu söyleyebilmek için iki farklı özelliğin bulunması gerekmektedir. Bunlar (Freire, 2012: 42):

- Bir yerden başka bir bölgeye ya da yabancı ülkeye gidilmesi,
- Yapılan seyahatin tedavi amacı ya da sağlığı iyileştirme amacı taşıması gerekmektedir.

Sağlık turisti, sağlık turizmine hastalığı ya da sağlığında geliştirmeyi istediği alana göre katılmaktadır. Bunlar(Altın, Bektaş, Antep ve İrban, 2012: 1005, a):

- Medikal yönden ve fiziksel anlamda gelişimlerini sağlamak için (Masaj, Aroma Terapi vs.) katılmaktadır.
- Plastik ve estetik ameliyatları için (Göz ameliyatları, Onkoloji Ameliyatları, Estetik Ameliyatları vs.) katılmaktadır.
- Rehabilitasyon tedavileri amacıyla katılmaktadır.

Sağlık turizmine her geçen yıl katılımın artması önemini ortaya koymaktadır. OECD'nin 2015 yılı verilerine göre, 2010-2015 yılları arasında sağlık harcamalarının % 5 artışı ve Avrupa'da yaşlı nüfus artışının devam etmesi sağlık turizmine katılımın artacağını göstermektedir (Karababa, 2017: 58).

1.1.1. Geçmişten Bugüne Sağlık Turizminin Gelişimi

Günümüzün güncel konularından olan sağlık turizmi, son yıllarda dikkat çekmektedir. Son dönem popüler olmasına rağmen eski uygarlıklarda izine

rastlanmaktadır. Sadece sağlık turizmi açısından değil bugünkü anlamda sağlık hizmetlerinin doğuşu ve ilerleyişi uygarlıkların yaşam tarzlarında yer alan nesneleri deneyerek keşfetmesiyle olmuştur. İlk uygarlıklarda deneyimlerle bulunan sağlık yöntemleri zaman ilerledikçe hizmete dönüşerek gelişmiştir ve medeniyetlerin gelişmesine katkıda bulunmuştur.

Antik Çağda, sağlık tesislerini kurarak bugünkü anlamda sağlık gelişmelerinin temellerini atan ilk uygarlık M.Ö 4000 yıllarında Sümerler olmuştur. Sağlık tesislerini kurmuş ve başka uygarlıklara sağlık hizmeti sağlamışlardır (Çetinkaya, 2010: 11). Antik Çağda sağlık turizmini ilk kez kullanan Eski Yunan Medeniyeti olmuştur. Eski Yunan'da Ege bölgesinin konumu ve termal potansiyelini kullanmak için Asklepion tapınağı adı verilen sağlık merkezine her yerden hastalar gelmiştir. Bu tapınak, en eski (M.Ö 4. YY) SPA merkezi olarak kabul edilmesinin yanında hastalara bugünkü anlamda takipli ve düzenli tedaviler uygulamıştır (Şahin, 2015:5-6). Sağlık turizmi etkinlikleri, SPA hizmetlerinin doğuşunu tetiklemiştir. Antik Çağ’da Roma’da zenginlere hizmet veren sıcak su kaynakları ve banyolar günümüzün sosyal medya özelliğini taşımıştır. Sıcak su kaynaklarına gelen zenginler, sadece banyoları kullanmamış, birbirleriyle tanışmış ve sosyalleşmiştir (Özdemir ve Konak, 2015: 78).

Mısırlılar ise M.S. 1248'de zengin-fakir ayrımı yapmadan tedavi hizmetleri uygulamış ve sağlık turizmine katkıda bulunmuşlardır. İnşa ettikleri hastane dönemin en gelişmiş ve büyük hastanesi olmuştur. Çevresindeki uygarlıklar bu hastaneden tedavi olmaya gelmiştir (Çetinkaya, 2010: 11-12).

Orta Çağ’da, savaşta yaralanan askerleri iyileştirmek isteyen doktorlar, tedavi arayışına girmiştir. Termal sular, yaralı askerlerin ağrı ve acısını dindirmek amacıyla yaralarına sürüldüğünde kaplıcaların iyileştirici özelliği fark edilmiştir (Özdemir ve Konak, 2015: 78).

16. yüzyılda, Avrupa’da Bath, Baden olarak anılan mineralli suların kullanıldığı ve tedavilerin yapıldığı zenginlerin gittiği hamamlar, Avrupa'da sağlık turizminin ilk hareketlerini oluşturmuştur (Gündüz, 2015: 4-6). Rönesans döneminde, sağlık turizmi hareketi gelişim ve değişimlerle başlamıştır. Dönemin

mekanları ve sokakları turistler için değiştirilmiştir (Zengingönül, Emeç, İyilikçi ve Bingöl, 2012: 7-9)

Rönesans Dönemi'nde, Avrupa'da Sular Şehri ismi verilen bir köy su kaynağıyla tüm Avrupa'da ünlü olmuştur. Sudan gelen iyilik anlamını taşıyan SPA terimi ilk kez bu dönemde kullanılmıştır ve Fransız yazar Monteigne, SPA rehberini yazmıştır (Özdemir ve Konak, 2015: 79. Zengingönül, Emeç, İyilikçi ve Bingöl, 2012: 7-9). Hindistan'da sağlık turizminin gelişmesi, yoga ve ayurvedik etkinlikleriyle başlarken Japonya ise daha çok termal suları kullanarak giriş yapmış ve gelişmeye çalışmıştır (Demirer, 2010: 12).

Uygarlıkların başlattığı sağlık turizmi, 19. ve 20. Yüzyılda Amerika'yla devleşmiştir. Ancak sigorta şirketlerinin sağlık masraflarını karşılamaması, hastaların uzun bekleme süreleri ve pahalı tedaviler insanları farklı arayışlara itmiştir. Hastalar, sigorta şirketlerinin sağlık masraflarını karşıladığı, uzun süre tedavi almayı beklemediği, ucuz ve yüksek kalitede sağlık hizmetlerine sahip ülkelerden tedavi almayı tercih etmiştir. Bu durum, sağlık turizminin gelişimini hızlandırmıştır. Ülkeler, sağlık turizminde gelişmek için hasta çekme çalışmalarına başlamıştır. 20. yüzyıl ortalarında Hindistan, Küba, Tayland, Singapur, Kolombiya ve Malezya sağlık turizminde ön plana çıkan ülkelerden olmuştur (Özdemir ve Konak, 2015: 80).

21. yüzyılda teknolojinin gelişmesiyle diş tedavisi için bile hastalar bulunduğu ülkeden uzak ülkelere gitmektedir. Çünkü diş tedavisi gibi küçük bir operasyonun gelişmiş ülkelerde uzun süre bekletilmesi ve çok yüksek fiyatlara yapılması hastayı bulunduğu ülkenin dışında tedavi almaya yönlendirmektedir. Bugün sağlık turizmi, bekleme süresinin az olduğu, sigorta şirketlerinin sağlık masraflarını karşıladığı, sağlık hizmetlerinin iyi olduğu ve rahat ulaşımın bulunduğu ülkelere doğru kayarak gelişmektedir (Zengingönül, vd., 2012: 7-9).

1.1.2. Sağlık Turizminin Önemi ve Sağladığı Faydalar

Sağlık turizmi, hastalara tedavi olmaları açısından fayda sağlarken ülkelere ekonomik yönünden katkı sağlamaktadır. Sağlık turizmi hastalara çeşitli kolaylıklar sağlamaktadır. Bunlar (Yalçın, 2006: 39):

- Sağlık turizmi, hastalara kendi ülkesinde verilen bekleme süresini azaltarak tedavi olmayı sağlamaktadır. Sağlık imkanlarının gelişmiş olduğu ülkelerin tedavi olanaklarına ulaşımı kolaylaştırmaktadır.
- Sağlık turistini gönderen ve karşılayan ülkeler arasında tedavi yöntemleri ve sağlık hizmetlerini geliştirmekte ve bilgi paylaşımı sağlayarak sağlık konusunda gelişimi arttırmaktadır.
- Sağlık turistinin tedavi olmak ya da sağlığını iyileştirmek için gittiği ülke ile kendi ülkesi arasında kültür etkileşimi sağlayarak önyargıları kaldırmaktadır. Tedavi olunan ülkeyi yakından tanıma fırsatı sunarak arada bir kültür bağı oluşturmaktadır.
- Sağlıklı yaşamı desteklediği ve sağlıklı kalmaya teşvik ettiği için sağlık turizmine katılan bireylerin yaşam kalitesini arttırmaktadır.

Sağlık turizmi, ülkelerin ekonomik anlamda gelişmesi için sağlık turizminden faydalanmakta ve payını almaktadır. Ülkelere gelişimi açısından çeşitli imkanlar sunmaktadır. Bunlar (Özen, 2010: 20. Altın, Bektaş, Antep ve İrban 2012, 160, b):

- Sağlık turizmi için yurt dışından tedaviye gelen turistler, ülkeye döviz ve para getirdiğinden ekonomik anlamda katkı sağlayarak ülke için gelişim yaratmaktadır. Bünyesinde bulunan termal su potansiyelini ekonomik gelire çevirerek ekonomik kalkınmayı hızlandırmaktadır.
- Deniz, kum ve güneş turizminden para kazanılması fikrinden uzaklaşılarak 12 ay boyunca turizm yapılmasına olanak sağlamaktadır. Böylece sadece sezonda değil tüm yıl turizmden kazanç sağlanmaktadır.
- Gelişmekte olan ülkelere istihdam konusunda katkı sağlayarak ülkede işsizliği azaltmaktadır.
- Sağlık yöntemlerinin gelişmesine neden olduğu için ülke vatandaşlarına daha iyi şartlarda tedavi olmayı sağlamaktadır.

Sağlık turizminden elde edilen kazanç diğer turizm türleriyle kıyaslandığında; çok fazladır. Alternatif türler içerisinde sağlık turizmi, kolay şekilde uygulanabilmesi, hastanın yakınıyla gelmesi ve uzun süre tedavi alınması nedeniyle ülkede kazancı arttırmaktadır (Kostak, 2007: 159-160). Ekonomik kazanç yönü ülkeler ve yatırımcılar için sağlık turizminin önemini ve çekiciliğini arttırmaktadır.

1.1.3. Sağlık Turizminin Bulunulan Yerin Dışında Yapılmasının Nedenler

Sağlık turizmine katılan bireylere sağlık turisti ismi verilmektedir. Sağlık turisti olabilmek için bulunulan ülkeden, yerden veya bölgeden ayrılarak tedavi olmak gerekmektedir. 2013 yılında Türkiye Medikal Turizm Raporunda, bulunduğu ülkeden tedavi almak için başka ülkeye giden hastalar, uluslararası hasta olarak geçerken medikal bir amaçla seyahat edenler medikal turist olarak geçmektedir (Sağlık Bakanlığı, 2013: 22).

Eric Cohen'e (2006) göre; sağlık turisti seyahat amaçları ve gittikleri bölgede tedavi hizmeti alıp almaması bakımından sınıflandırılmaktadır. Bunlar (İçöz, 2014: 2260-61, Temizkan ve Çiçek, 2015: 23):

- Yalnızca Turist: Gittiği ülkede sadece seyahat, gezip görme faaliyetini gerçekleştirmektedir.
- Tatilde Tedavi Edilen Turist: Tatili sırasında ya da seyahat ederken kaza geçirip yaralanarak tedavi hizmeti almaktadır. Turist, isteği dışında zorunlulukla tedavi almaktadır.
- Tatil ve Tedavi Amaçlı Turist: Gezip görmek için gittiği ülke ya da bölgede, sağlık hizmetlerinin iyi olması nedeniyle tedavi amaçlı bölgeyi tercih etmektedir.
- Tatil Yapan Hastalar: Hasta olarak gittiği ülkede ya da bölgede iyileştikten sonra bölgeyi ya da ülkeyi görmek isteyenler tatil yapan hasta olarak kabul edilmektedir.
- Yalnızca Hastalar: Gittiği ülke ya da bölgede sadece sağlık hizmeti alarak bulunduğu yere geri dönenler hasta olarak kabul edilmektedir.

Cohen’e göre hasta olmadığı halde sağlık turizmine katılanlar ayrı değerlendirilmektedir. Bunlar (Temizkan ve Çiçek, 2015: 23):

- Sağlığını Koruma ve Tatil Amaçlı Turistler: Hasta olmadığı halde sağlıklarını korumak için SPA ve Wellness hizmeti alarak sonrasında tatil yapmayı amaçlamaktadır.
- Bakım ve Rehabilitasyon Amaçlı Turistler: İleri yaş turizmi olarak bilinen altmış beş yaş ve üzeri bireyler, gerekli bakım ve tedavi hizmetlerini almaktadır.

- Sağlık Personeli Olan Turistler: Sağlık personelleri, sağlık hizmeti vermek için başka bir ülke ya da bölgeye seyahat etmektedir.

Turistlerin, sağlıkları için ülke veya bölge değiştirmelerinin değişik nedenleri bulunmaktadır. Yaşadığı ülkede tedavi masraflarının pahalı olması turisti komşu ülkede yarı fiyatına tedavi olmaya yönlendirmektedir ya da kendi ülkesinde tedavi alabilmek için aylarca beklemesi gerektiğinden diğer ülkelerde beklediği zamanı tedavi olarak kullanacağını düşünerek başka bir ülkede tedavi olmaktadır. Gelişmemiş ülkelerde yaşayan turistlerin tıbbi teknolojik imkanlara sahip olmadığı için turistler başka ülkeden tedavi almak zorundadır (www.cbc.ca.com, 2017).

Sağlık turisti, sadece maddi açıdan başka ülkede tedavi olmayı düşünmemektedir. Tıbbi olanakların yetersizliğinin dışında bireye bağlı özel nedenlerde yer değiştirmeye neden olmaktadır. Özel nedenler şu şekilde sıralanmaktadır (Sağlık Turizmi El Kitabı, 2012: 62. Akt: Kaşlı, Tokmak, Aslaner, Demirci, Yılmazdoğan 2012:57. Tokmak, 2015: 58):

- Madde bağımlılığı olan bireylerin, bulunduğu bölgede bağımlılıktan kurtulması zor olduğu için bulunduğu bölgeden uzaklaşıp tedaviyi başka yerde almak istemesi bireyin yer değiştirmesine neden olmaktadır.
- Bazı ülkelerde medikal işlemlerin masrafı hastaya yüklendiği için(estetik operasyonların ve diş tedavileri gibi) ve işlemlerin sağlık sigortasından mahrum bırakılması hastayı maddi açıdan zorladığı için hasta yer değiştirmektedir.
- Kronik astım gibi hastaların farklı iklimde alacağı tedavinin iyi gelecek olması ya da engelli bireylerin değişik tedavi şekillerinin farklı ülkelerde bulunması nedeniyle bireyler yer değiştirmektedir.
- Sağlık turistinin başka ülkeleri gezip görme isteğiyle tedavisini başka ülkede almak istemesi nedeniyle turistler yer değiştirmektedir.

Teknoloji geliştikçe ulaşım imkanları değişmektedir ve internet sayesinde diğer ülkelerde bulunan sağlık hizmetlerinin durumunu öğrenmek kolaylaşmaktadır. Sağlık turisti, ulaşımda yapılan yeniliklerle uzak ülkelere kolay ve rahatça ulaşırken internet aracılığıyla sağlık kuruluşlarından bilgi almaktadır. Aldığı tedavi, turistin vücuduna sağlık ve zindelik kazandırırken sağlık turizmini geliştirerek ülke ya da bölgenin gelişimine katkı sağlamaktadır.

1.1.4. Sağlık Turizminin Özellikleri

Ülkeler arasında sağlık turizmi alanında güçlü bir rekabet bulunmaktadır. Ekonomik açıdan ilgi çeken sağlık turizminden daha fazla kazanmak isteyen ülkeler rekabete girmektedir (Temizkan ve Çiçek, 2015: 20).

Sağlık turizminde rekabet edebilmenin iki temel unsuru bulunmaktadır. Düşük fiyatlarla yüksek kalitede sağlık hizmetleri sunmak rekabette avantaj sağlamaktadır. Sağlık turizminin uygulanabilmesi için sadece düşük fiyat ve yüksek kalitenin dışında bazı özellikler bulunmak zorundadır. Bunlar (Özalp, 2005: 98. Altın vd., 2012: 160, b):

- Diğer turizm türlerine göre, donanım, teknoloji ve tedavi şekillerini bilen çalışanlara daha fazla ihtiyaç duyulmaktadır. Yapılacak işlemlerin sağlık yönü bulunduğundan bilgisi bulunmayan çalışanların tedaviyi uygulaması düzelebilecek durumdaki hastayı daha kötü duruma getirmektedir. Ciddi hatalar ölüme bile yol açmaktadır. Bu yüzden sağlık turizmi hizmeti veren işletmelerde, gereken donanımın ve tedavi şekillerini bilen sağlık çalışanlarının eksiksiz bulunması gerekir.
- Turiste ucuz hizmet sunarken diğer ülkelerle eş değer, kaliteli ve temiz bir şekilde hizmet vermeye dikkat etmek gerekmektedir. Gelen turist tedavi hizmetini aynı kalitede ama ucuza almak istediği için hizmetin kalitesinin teknik donanım kadar dikkate alınmak zorundadır.
- Gelen turiste en iyi hizmeti onları anlayarak verilebileceği için çalışanların ve doktorların yabancı dili iyi bilmesi ve konuşabilmesi gerekmektedir.

Sağlık turizmi, uygulanışı kolay ve ekonomik kazancı bol bir turizm türü olmasına rağmen ülkelerin ya da işletmelerin hizmet eksiklikleri sağlık turizminden yeterince yararlanamamaya neden olmaktadır. Bu yüzden sağlık turizminde hizmet verirken eksikleri iyi tespit ederek tamamlamaya dikkat edilmesi gerekmektedir.

1.1.5. Sağlık Turizmi Kapsamındaki Termal Turizm

Sağlık turizmi, Sağlık Bakanlığı'nın tanımına göre; sağlıklı kalmak, sağlığını sürdürmek, hastalığına çare bulmak için insanların yaşadıkları yerden en az 24 saat

süreyle ayrılarak sağlıkları için yaptıkları konaklama, sağlık hizmetlerinden faydalanma gibi faaliyetleridir (Tokmak, 2015: 17). Sağlık turizmi denildiğinde akla ilk gelen kaplıca(termal) turizmidir. Ancak kaplıca turizmi, medikal turizm gibi sağlık turizminin alt dallarından biridir. Sağlık turizmi denildiğinde; kaplıca turizminin akla gelmesinin nedeni kavramların bilinmemesinden kaynaklanmaktadır. Halk arasında bilinen kaplıca turizmi dinlenme amaçlıdır ve tedavi amaçlı olan termal turizm ile karıştırılmaktadır. Tedavi amaçlı termal turizm ile dinlenme amaçlı termal turizmin karıştırılmasına geçmişte insanların dinlenme amaçlı banyolara gitmesinin neden olduğu düşünülmektedir. Tedavi amaçlı termal turizmin iki ayrı özelliği dinlenme amaçlı termal turizmden ayrılmaktadır. Bunlar (Çetinkaya, 2010: 17):

- Tedavi amaçlı termal turizm, tedaviyi bilen personel veya doktor eşliğinde yapılmaktadır. Bilmeyen çalışanlarla yapıldığı takdirde hastayı iyileştirmek yerine kötüleşmesine neden olmaktadır. Dinlenme amaçlı termal turizme katılan turist, dinlenmek, sağlığını iyileştirmek amacıyla geldiği için doktor eşliğinde termal suyu almaya ihtiyaç duymamaktadır.
- Tedavi amaçlı termal turizmin amacı çeşitli hastalıklar için tedavi olmayı sağlamaktır. Termal turizme kendi arzusuyla katılmış olsa bile amacı hastalığına çare bulmak ya da tedavi olmaktır. Bu hastalıklar (Çetinkaya, 2010: 30-31. Temizkan, 2015: 59):

✓ Romatizma,
✓ Deri ve cilt hastalıkları,
✓ Kalp ve kan dolaşımı rahatsızlıkları,
✓ Solunum yolu rahatsızlıkları,
✓ Sinir hastalıkları,
✓ Mide ve bağırsak rahatsızlıkları,
✓ Kadın hastalıkları,
✓ Eklem ve kireçlenme rahatsızlıkları,
✓ Sinir ve kas yorgunlukları,
✓ Metabolizma rahatsızlıkları,
✓ Göz hastalıkları,
✓ Karaciğer ve safra kesesi rahatsızlıklarıdır.

Dünya'da termal turizme ek olarak paket halinde SPA ve Welness, medikal hizmetler eklenirken, Türkiye'de termal turizm sadece kaplıca hizmetleriyle bilinmektedir (Toprak, 2014: 40). Dünya ve Türkiye'deki sağlık turizmi algısının farklı olmasının dışında sınıflandırma konusunda da farklılıklar ortaya çıkmaktadır. Araştırmacılar, sağlık turizmini sınıflandırmada alt dallarından hangisini önemli görüyorsa o şekilde dallara ayırmaktadır. Sağlık turizmi, üç ana tür üzerinde sınıflandırılmaktadır. Bunlar; şifa, Wellness ve medikal kavramların yorumlanıp geliştirilmesiyle değişmektedir.

Temizkan ve Çiçek'e göre, sağlık turizmi ikiye ayrılmaktadır. Bunlar (Temizkan ve Çiçek, 2015: 26):

- SPA ve Wellness ile
- Medikal Turizmdir. Bu görüşe göre, sağlık turizmi tıbbi uygulamalar ile SPA ve Wellness hizmetlerinden oluşmaktadır. Temizkan ve Çiçek, bireylerin sağlık turizmine katılımlarını hasta ve sağlıklı birey kapsamında ikiye ayırarak sınıflandırmaktadır. Tedavi amaçlı sağlık turizmi, medikal tedavi, rehabilitasyon ve kür uygulamalarından oluşurken dinlenme amaçlı sağlık turizmi, termal, Welness ve SPA hizmeti uygulamalarından oluşmaktadır. Termal tesisler de bu bağlamda üçe ayrılmaktadır. Bunlar (Temizkan ve Çiçek, 2015: 26):
- İnziva,
- SPA'lar,
- Hastane ve kliniklerdir.

Edinsel ve Adıgüzel'e göre, sağlık turizmi üçe ayrılmaktadır. Bunlar (Edinsel ve Adıgüzel, 2014: 173):

- Termal turizm,
- Güzellik ve zindelik turizmi,
- Medikal amaçlı sağlık turizmi şeklinde ayrılmaktadır. Bu görüşe göre, estetik amaçlı gelişen turizm sektörünü gören araştırmacılar güzellik ve zindelik turizmini önemli görmektedir. Gelişmiş ülkelerde estetik operasyonların sigorta kapsamı dışında bırakılması, Asya ülkelerini ve Türkiye'yi çekici hale getirmektedir. Yapılan araştırmalar, burun estetiği ve saç ektirme operasyonları için Türkiye'ye gelen sağlık turistinin %5 oranında arttığını

göstermektedir. Estetik alanında, Türkiye'nin hızla geliştiği görülmektedir (www.turizmgazatesi.com, 2018, a).

Barca, Akdeve ve Balay, sağlık turizmini içerisinde yer alan dallara göre sınıflandırmaktadır. Bunlar (Barca, Akdeve ve Balay, 2013: 67):

- Sağlıklı Yaşam Turizmi,
- Sağlık Hizmetleri Turizmi,
- Medikal Turizm olarak yer almaktadır. Bu görüşe göre, medikal turizm kapsamındaki cerrahi işlemler ile zindelik turizmi ve sağlık hizmetleri ayrı dallara ayrılmaktadır.

Sağlık ve Turizm Daire Başkanlığı'na(2015) göre; yapılan sınıflandırmada sağlık turizmi ileri yaş hizmetleri açısından önemli görülerek dörde ayrılmıştır. Bunlar (Temizkan ve Çiçek, 2015: 30):

- İleri Yaş Turizmi,
- Yaşlı Bakım Hizmetleri,
- Kliniklerde Rehabilitasyon,
- Engelli Bakım Hizmetleri şeklinde ayrılmaktadır.

Sağlık turizmini termal turizmin içerisinde uygulanan kür tedavileri açısından ele alan Bilgili'ye göre; sağlık turizmi, klimatizm, üvalizm ve termalizm olmak üzere üçe ayrılmaktadır (Bilgili, 2013: 10-11). Klimatizm; iklim şartlarıyla deniz kenarında hastaya uygulanan tedavi şeklidir. Üvalizm; sebze ve meyve kürleriyle hastaya uygulanan tedavi şeklidir. Termalizm ise; doğal kaynak sularının tedavi amaçlı yöntemine uygun olarak doktor ya da bilen çalışanlar eşliğinde uygulanmasıdır (Akat, 2000. Akt: Temizkan ve Çiçek, 2015: 28).

Gonzales ve Brenzel'a göre, sağlık turisti ihtiyaçları doğrultusunda tedavi almaktadır. Sağlık turistinin ihtiyaçları, sağlık turizminin sınıflandırılmasını etkilemektedir. Yenilenen ve değişen modaya ayak uydurmak zorunda olan turizm sektörü, turistlerin değişen istek ve tercihleriyle birlikte yeniden şekillenerek sağlık turizminin sınıflandırılmasını değiştirmektedir (Temizkan ve Çiçek, 2015: 24-25). Sağlık turizminin ilk çıktığı dönemlerde, Dünya sağlık turizmini medikal turizm kapsamında çalışırken günümüzde turizmin değişen hareketinden etkilenerek sağlık turizmi alt dalları ile birlikte ele alınmaktadır. Tablo 1'de Dünya'ya göre sağlık

turizminin sınıflandırılması verilmiştir (Çiçek ve Adveren, 2013: 27, Temizkan ve Çiçek, 2015: 25):

Tablo1. Dünya'da Sağlık Turizminin Sınıflandırılması

Sağlık ve Güzellik Turizmi	**Tedavi**	**Rehabilitasyon**
-SPA, -Doğal Turizm, -Eko Turizm, -Kitle Turizmi, -Bitkisel Tedaviler, -Tamamlayıcı Tedaviler	-Elektif Cerrahi, -Plastik Cerrahi, -Eklem Replasmanı, -Kardiotorasik Servisler, -Diagnostik Servisler, -Kanser Tedavisi, -İnfertilite Tedavisi	-Diyaliz, -İlave Programlar, -Yaşlı Bakımı Programları, -Bağımlılık Tedavileri

Sağlık turizmi, alt dallarının tümüyle birlikte gelişmektedir. Günümüzde daha çok estetik cerrahi işlemleri ve kanser tedavileri ön plana çıkmaktadır. Bir araştırmaya göre, sağlık turizminin gelecek 10 yıl içerisinde yılda % 25 büyüyeceği tahmin edilmektedir. Dünya nüfusunun en az % 3'ünün sağlıkla ilgili seyahatler için başka ülkelere uçuş yapacağı düşünülmektedir (www.ftnnews.com, 2018). Bu tahminler yapılan bir başka araştırmayı doğrular niteliktedir. Yapılan araştırmada, Dünya'da yaşlı nüfus her geçen gün artmaktadır. BM Nüfus Fonu verilerine göre; Dünya'nın % 12.3'ünü 60 yaş ve üzerindekiler oluşturmaktadır. Bu oranın 2030'da % 16.5'e, 2050'de ise % 22'ye ulaşacağı tahmin edilmektedir (www.haberturk.com, 2017). Ayrıca Tuik 2016 verilerinde yer alan 228 ülke arasında yaşlanma nüfusu ölçülmüştür ve araştırmada Dünya'da yaşlı nüfusa sahip ilk üç ülke şu şekilde sıralanmıştır (Solak, 2017: 16):

- Monako % 29.5 ile birinci sırada,
- Japonya % 25.8 ile ikinci sırada ve
- Almanya % 21.1 ile üçüncü sırada yer almaktadır. Türkiye bu sıralamada genç nüfusunun fazlalığıyla 94. sırada bulunmaktadır.

Dünya nüfusu yaşlandığı için gelecekte yaşlıların alacakları tedavi ve sağlık hizmetlerinin artacağı görülmektedir. Türkiye'de bulunan genç nüfusun fazlalığı,

sağlık turizminden faydalanmaktan çok sağlık turistlerine ev sahipliği yapabileceğini göstermektedir. Türkiye, sağlık turizminde geliştiğinde genç nüfusun iş sahibi olacağı, ekonomik kazancın artacağı düşünülmektedir. Bu yüzden sağlık turizmi önemlidir ve Dünya ülkeleriyle birlikte rekabet etmek gerekmektedir.

Bugün 100 milyar doları aşarak ülkelere kalkınma yolunda katkı sağlayan sağlık turizmi, ülkeler için istihdam ve daha fazla kazanç alanı yaratmaktadır. Ekonomik açıdan bakıldığında, gelişmekte olan ülkelere döviz girişini arttırarak ülkenin cari açığını kapatma fırsatı sunmaktadır.

Dünya'da yaklaşık sekiz milyon hasta her sene farklı ülkeye seyahat ederek sağlık turizmi sektörüne katılmaktadır (www.cnc.com, 2018). Sağlık turizmi, 1995 yıllarında yarım milyon civarıyken, 2011 yılında UNWTO verilerine göre 980 milyona, 2015 yılında 60-70 milyar dolar civarına ulaşmıştır(Barca vd., 2013: 68. Baysal, 2016: 253). 2015 yılında Dünya Turizm Örgütü yaptığı araştırmayla en çok sağlık turisti çeken 5 ülkeyi açıklamıştır. Bunlar (Deniz, 2016: 51):

1. Panama,
2. Brezilya,
3. Malezya
4. Kosta Rica ve
5. Hindistan'dır.

OECD verilerine göre, 2017 yılında sağlık turizminin dünya çapında 10 milyon olacağı tahmin edilmektedir (BAKA, 2013: 17). Son veriler, otuz milyon turistin sağlık turizmine katılarak beş yüz milyar dolarlık sağlık harcaması yaptığını ortaya koymuştur. Sağlık turistine hizmet vermek için dünya genelinde 556 akredite (JCI) sağlık kuruluşu ve hizmet verecek 350.000 yatak kapasitesine sahip 3.750 sağlık kuruluşu bulunmaktadır (Solak, 2017: 22).

Sağlık turizmi, Kuzey Amerika, Batı Avrupa ve Orta Doğu olmak üzere üç bölgede yoğunlaşmaktadır ve sağlık turizminde ABD, Almanya, Tayland, Hindistan, Malezya, Singapur ve Türkiye çok kazanan ülkelerdir (www.saturk.gov, 2017, a).

Asya, Hindistan, Tayland, Malezya ve Singapur olmak üzere sağlık turizminde en gelişmiş ülkelere sahiptir. Bu ülkelerin sağlık turizminde gelişebilmesinin nedeni çok uygun fiyatlarla hizmet sunmalarıdır. Malezya, 2014

yılında yaklaşık 1 milyon hasta ağırlamıştır. Malezya, 8. planında turizmin gelişmesinde sağlık turizminin anahtar olduğunu belirterek önem verilmiştir. 2020 yılında sağlık turizminden 1.9 milyon sağlık turisti çekmeyi ve 3.2 milyar kazanmayı amaçladığı için sağlık turizminde fark yaratmaya çalışmaktadır (Dökme ve Yağar, 2017: 305. www.saturk.gov, 2017, b). ABD ise; 2012 yılında 1.621.000 kişiyi sağlık turisti olarak yurt dışına göndermiştir (www.saturk.gov, 2017, b). Ancak hasta göndermekten çok kabul etmektedir. Bunun nedeni; ABD'de sağlık hizmetlerinin pahalı olmasından kaynaklanmaktadır. Amerikan vatandaşlarının yurt dışına sağlık turisti olarak çıkışı yıllara göre tablo 2'de verilmiştir (Hunt, 2016: 107):

Tablo 2. Amerika'dan Diğer Ülkelere Giden Turistlerin Yıllara Göre Artışı

Yıllar	Hasta Sayısı	Artış Oranı
2010	6 Milyon	100
2011	7,5 Milyon	25
2012	9,38 Milyon	15
2013	10,78 Milyon	15
2014	12,39 Milyon	10
2015	13.64 Milyon	10
2016	15 Milyon	5
2017 (Tahmini)	15,75 Milyon	5

Amerika'ya tedavi için gelen sağlık turistlerinin yıllara göre dağılımı tablo 3'de verilmiştir (Hunt, 2016: 107).

Tablo 3. Amerika'ya Gelen Sağlık Turistlerinin Yıllara Göre Dağılımı

Yıllar	Hasta Sayıları
2010	6.000
2011	7.500
2012	9.038
2013	10.078
2014	12.039
2015	13.064
2016	15.000
2017	15.075

Tabloda görüldüğü gibi, Amerika'dan giden hasta sayısı milyonlarla ifade edilirken gelen hasta sayısı binlerle ifade edilmektedir. Amerika'ya gelen sağlık turisti iki katına çıkarken, sağlık hizmeti almak için başka ülkelere gönderdiği vatandaşının oranı dokuz katına çıkmıştır. Amerika sağlık turizmi alanında kaliteden ödün vermeden ilerlemektedir (www.saturk.gov, 2017, b).

Sağlık turizminde önde olan ülkelere bakıldığında, alt dalı olan termal turizme verdikleri önem ve termal kaynak potansiyelinin gücü yatmaktadır. Termal turizm, başta Almanya olmak üzere, tüm ülkelerde hızlı gelişmektedir. Almanya'da 291, ABD'de 210 ve Türkiye'de 309 kaplıca yer almaktadır. Termal alanda, Japonya 3 bin kaplıca ve 13 milyon turist ile birinciliği elinde bulundurmaktadır (Özbek ve Özbek, 2016: 103).

Termal turizmin ülkeler içinde payı büyüktür. Almanya'da, 263 tane resmi belgeli tesis ve 750 bin yatak kapasitesi bulunmaktadır. Tesislere yılda 12 milyon turist gelmekte ve ülkeye 30 milyar dolar bırakmaktadır. Hindistan ve Tayland termal turizme çekicilik katmak için geçmişten gelen geleneği Ayurveda'yı termal hizmetlerle bütünleştirmektedir. Tayland, sağlık hizmetlerinin yanında ek olarak yoga hizmeti vermektedir. 2004'ten beri yogayla sağlık ve huzur bulanların sayısı % 87 oranında artmıştır (GHR, 2017). Thai masajıyla ününü Dünya'ya duyurarak 2009-2010 yılları arasında 2 milyon turistle 2.2 milyon gelir elde etmiştir (Bilim, 2015: 111).

1.2. TÜRKİYE'DE SAĞLIK TURİZMİ

Türkiye, ulaşım konusunda uygun bir bölgede yer almaktadır ve her ülkeye havayolu seferi bulunmaktadır. Kuzey ve Orta Avrupa ülkelerine göre güneşlenme gün sayısının fazla olması nedeniyle tatil yapmaya ve zindelik kazanmaya uygun bir yapısı bulunmaktadır. Dünya ülkelerine bakıldığında, Türkiye sahip olduğu konum, iklim özellikleri ve doğal güzellikleri ile turizm alanında çekicilikleri bol bir ülkedir. Fiziki özelliklerinin dışında, hizmet alanında genç nüfusa sahip oluşu ve misafirperver kültürün getirdiği özelliklerle sağlık turizminde ilerleyebilecek potansiyeli bulunmaktadır ve potansiyelini kaliteli sağlık hizmetlerini uygun fiyata sunarak kullanmaktadır. Devlet desteğinin sağlık turizminde hissedilmesi sağlık

turistini çekebilmeyi kolaylaştırmaktadır (Edinsel ve Adıgüzel, 2014: 184. www.saturk.gov, 2018, c).

Turistlerin sürekli tercih ettiği deniz, kum ve güneş turizminden sıkılarak, alternatif türlere yönelmesi ile birlikte zor ve stresli yaşam şartlarını fark eden Dünya'da tüm ülkeler sağlık turizmine eğilmeye başlamıştır. 1980'li yıllarda Türkiye, sağlık turizminin ekonomik yönünü fark etmiş ve sağlık turizmine yönelmiştir (Özen, 2010: 16). Sağlık turizmi geliştirme çalışmalarının düzenli bir şekilde yürütülmesi 2010 yılında olmuştur. Sağlık bakanlığının bünyesinde Sağlık turizmi Koordinatörlüğü sağlık turizmi çalışmalarına başlamıştır (Dinçer, Çifçi ve Karayılan, 2016: 39). 2010 yılından itibaren sağlık turizmi gelişmeye devam etmektedir. Her ülkeden sağlık turisti ağırlamasına rağmen turistleri çekme yönünün beş eğilim altında gerçekleştiği görülmektedir. Bunlar (Aypek, Aydın, Aktepe, Şahbaz ve Arslan, 2011: 13):

1. Türkiye'den çalışma, yerleşme gibi nedenlerle başka ülkelere göç eden turistlerin çoğunlukta bulunduğu yani bünyesinde Türk nüfusunun ağırlıkta olduğu ülkelerden sağlık turistini çekmektedir(Almanya, Fransa ve Hollanda gibi).
2. Teknoloji, hizmet ve alt yapı yetersizliği olan ülkelerden sağlık turistini çekmektedir(Orta Doğu, Balkan Ülkeleri ve Orta Asya'daki Türk Cumhuriyetleri gibi).
3. Bekleme süresinin fazla olduğu ülkelerden sağlık turistini çekmektedir(İngiltere, Hollanda ve Kanada gibi).
4. Tedavi masraflarının çok pahalı olduğu ya da çeşitli hastalıkların sigorta kapsamına alınmadığı ülkelerden sağlık turistini çekmektedir(Almanya, ABD ve İngiltere gibi).
5. Anlaşmasının olduğu ve bu anlaşma kapsamında hasta gönderen ülkelerden sağlık turistini çekmektedir(Yemen, sudan, Afganistan, gibi).

Daha çok Avrupalı sağlık turistini ağırlayan Türkiye; bekleme sürelerinin uzunluğundan faydalanmaktadır (Kostak, 2007: 130; Çetinkaya, 2010: 14). Potansiyelini tam anlamıyla kullanamamasına karşılık sağlık turizminden diğer turizm türlerine göre daha fazla gelir elde etmektedir. Deniz, kum ve güneş turizmi olarak bilinen standart turizm türü için ülkeye gelen turistin yaptığı harcama, tahmini

650-750 dolar arasındayken sağlık turizminde gerçekleşen harcama 10 katını geçmektedir (www.fortuneturkey.com, 2018). Özen'in çalışmasına göre, tedavi için gelen sağlık turistinden 8.000 dolar kazanılmaktadır ve sağlık turisti normal turiste göre 14 kat daha fazla harcama yapmaktadır (Özen, 2010: 17). Sağlık turizmi, tüm turizm gelirinin % 22'sini oluşturarak Türkiye için önemi ve büyüklüğü ortaya çıkmaktadır (Solak, 2017: 36).

Turistlere Türkiye'ye gelme nedenleri sorulduğunda; ilk sırayı eğlence ve tatil alırken ikinci sırayı iş ve üçüncü sırayı ise sağlık almaktadır (Emitt, 2017: 2). Sağlık turisti, özel hastaneleri kamu hastanelerine göre daha fazla tercih etmektedir. 2015 verilerine göre, özel hastanelerden 12 bin dolar kazanılırken kamu hastanelerinden 9 bin dolar kazanılmıştır (Paylaşım, 2015: 16). 2015 yılı verilerine göre, sağlık turistinin kurumlara göre dağılışı şu şekildedir (Solak, 2017: 34):

- ✓ % 23 oranla Üniversite Hastanelerine,
- ✓ %11 oranla Sağlık Bakanlığı Kamu Kurum ve Kuruluşlarına ve
- ✓ % 66 oranla Özel Hastanelere sağlık turisti tedavi almaya gelmiştir.

2016 yılı verilerine göre, özel hastanelerin payı biraz daha azalarak, Sağlık Bakanlığı kamu kurum ve kuruluşları ile üniversite hastanelerinin payı artmıştır. 2016 yılının verilerine göre sağlık turistinin kurumlara göre dağılışı şu şekildedir (Solak, 2017: 34):

- ✓ % 25 oranla Üniversite hastanelerini,
- ✓ % 19 oranla Sağlık Bakanlığı Kamu Kurum ve Kuruluşlarını ve
- ✓ % 56 oranla Özel Hastaneler tercih edilmiştir.

Türkiye'nin termal kaynakları, Avrupa'dakilere göre potansiyel olarak daha iyi durumda olduğu için gelen hastalar daha çok termal turizmi tercih etmektedir. Ancak son dönem bu durum değişmeye başlamıştır. Saç ektirme, göz ameliyatları ve tüp bebek tedavisi için gelen sağlık turisti sayısı giderek artmaktadır (An-Deva, 2004: 17). Ayrıca Türkiye, karaciğer naklinde Avrupa'da birinci olmuştur ve bu alanda gelişmeye çalışmaktadır (Türofed, 2018: 85). Göz tedavisi için sağlık turistleri en çok Ankara, İstanbul ve Antalya illerimizi tercih ederken tüm sağlık tedavileri açısından bakıldığında, en çok tercih edilen il Antalya'dır (Paylaşım, 2015: 16). En çok sağlık turisti çeken 5 il ve gelen turist sayıları tablo 4'deki şekilde

sıralanmaktadır. Turist sayıları, tatili sırasında tedavi almak zorunda kalan turistleri de kapsamaktadır (Solak, 2017: 57):

Tablo 4. Türkiye'ye En Çok Sağlık Turisti Gelen 5 İl

Sıralama	İller	Turist Sayıları
1	İstanbul	157.975
2	Ankara	27.647
3	Antalya	26.875
4	İzmir	16.428
5	Muğla	11.804

Sağlık hizmetlerinin iyi olmasının yanında güvenilir olması sağlık turisti için önem taşımaktadır. Görmediği bir ülke ya da bölgeye giderek alacağı tedavi için gittiği ülke veya bölgenin sağlık sistemini bilemediğinden Dünya çapında sağlık kuruluşlarının hizmet ve donanımını denetleyen kurumlara ihtiyaç duymaktadır. Denetimi, ABD gibi gelişmiş teknoloji ve imkana sahip ülkelerin kuruluşları yapabileceği gibi ülkelerin bünyesinde oluşturduğu kurumlar da yapmaktadır. Yapılan denetleme işleminde; hizmet, donanım ve personel hizmetlerinden geçen hastanelere akreditasyon verilmektedir. Uluslararası akreditasyonlar, sağlık turistine güven sağlayarak turist sayısını arttırmaktadır. Akreditasyonlu sağlık kuruluşlarının fazlalığı yönünden Türkiye Tayland'dan sonra ikinci sırada gelmektedir. Akreditasyonlu sağlık kuruluşları dünya çapında bakıldığında tablo 5'de verilmiştir (Akbolat ve Deniz, 2017: 127):

Tablo 5. Dünya Ülkelerinin Akreditasyonlu Sağlık Kuruluşu Sayısı

Ülke	**Destinasyon Sayısı**
Tayland	61
Türkiye	45
Hindistan	36
Singapur	19
Tayvan	15
Malezya	14
Meksika	8

Türkiye'nin sağlık turizminde rekabet edebilmesinde havayolu şirketlerinin etkisi büyüktür. Türkiye'ye gelmek isteyen sağlık turisti için her ülkeden seferlerin bulunması ve sağlık turistine ayrıcalıklar sağlanması ilgi çekmektedir. Sağlık turistini

ülkesine çekmek isteyen Türk Hava Yolları Şirketi 2013 yılında hem şirketi hem ülke kazancı için çeşitli indirimler uygulamıştır. Bunlar (Connel, 2013: 7):

- Sağlık turisti tek başına yolculuk edemeyeceği için yanında getirdiği en fazla iki yakınına indirim sağlanmıştır.
- Sağlık turistine 10 kg fazladan taşıma hakkı verilmiştir.
- Sağlık turistinin geçireceği cerrahi işlemler nedeniyle iptal hakkı bulundurulmuş ve yapacağı iptal işlemlerinde ceza ödemeleri alınmamıştır.
- Sağlık turistine ayırttığı business koltuk üzerinden % 20, comfort koltuk üzerinden %15 ve ekonomi koltuk üzerinden % 10 indirim sağlanmıştır.

Yapılan indirimlerin etkili olmasıyla 2015 yılında Sağlık Bakanlığı, Ekonomi Bakanlığı ve Türk Hava Yollarının ortaklığıyla verilen kararda gelecek sağlık turistine % 50 indirim uygulanması için harekete geçilmiştir (Türofed, 2018: 85). Aynı yıl sağlık kuruluşlarında bulundurulacak tercüman ve çeviri hizmetleri karşılanmış ve tercümanların maaşının %50'sinin devlet tarafından ödenmesi kararı alınmıştır (Dinçer vd., 2016: 42).

Sağlık turizminin gelişmesi için çaba harcayan Türkiye, kalkınma planları ve hedefler belirlemiştir. Son dört kalkınma planında yer alan plan ve hedefler; tanıtım, geliştirme ve büyümeye yöneliktir. Yedinci, sekizinci, dokuzuncu ve onuncu kalkınma planı olmak üzere dört kalkınma planı bulunmaktadır. Planlarda, yer alan amaç ve hedefler şu şekildedir (Edinsel ve Adıgüzel, 2014: 176):

- Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı: 1996-2000 yıllarını kapsayan planda, alternatif turizm türleri geliştirilerek ilerleme sağlamak hedeflenmiştir. Alternatif turizm türleri içerisinde dağ, golf yayla turizm türleri sezonluk olduğu için termal turizmdeki yatırımların arttırılması hedeflenmektedir. Kamunun yanında özel sektörün yatırımlar konusunda desteklenmesi gerektiği ortaya konmuştur (DPT, 1995: 164).
- Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı: 2001-2005 yıllarını kapsayan planda, turizmin sene içerisine yayılmasını ve turizm yapılmayan bölgelerin turizme açılmasını sağlayarak turizmin gelişmesi amaçlanmıştır (DPT, 2000, 167-168).

- Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı: 2007-2013 yıllarını kapsayan planda, "hizmet kalitesi ve jeotermal kaynakların potansiyeli göz önüne alınarak geliştirilmesi" amaçlanmıştır (DPT, 2006: 35-82).
- Onuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı: 2014-2018 yıllarını kapsayan planda, sağlık turizminin geliştirilmesi termal turizm kapsamında ayrı ele alınmış ve hedefler belirlenmiştir. Bunlar (DPT, 2011, 132-133):

✓ Termal turizmde 100.000 yatak kapasitesine ulaşmak,
✓ Termal turizmde 1.500.000 termal turiste hizmet vermek,
✓ Termal turizmde 3 milyar dolarlık gelir sağlamak,
✓ Medikal turizmde 5.6 milyar dolarlık gelir sağlamak,
✓ Medikal turizmde dünyanın ilk beş ülkesi içerisinde yer almak,
✓ 750.000 medikal turisti tedavi etmek,
✓ İleri yaş turizminde 10.000 yatak kapasitesine ulaşmak,
✓ İleri yaş turizminde 150.000 yabancı turistin ziyaret etmesini sağlamak amaçlanmıştır.

Sağlık turizminin 2010-2014 yılları arasında hedefleri doğrultusunda gelişimi tablo 6'da verilmiştir (Baysal, 2016: 255):

Tablo 6. 2010-2014 Yılları Arasında Sağlık Turizmi Kapsamında Türkiye'ye Gelen Turistler

Yıllar	Sağlık Turisti Kişi Sayısı	Kişi Başı Ortalama Harcama	Sağlık Harcaması Artış Yüzdesi
2010	163.252	2.654	%82.4
2011	187.363	2.606	%79.1
2012	216.229	2.903	%99.5
2013	267.461	2.889	%98.5
2014	414.658	2.020	%38.83

Anadolu Haber Ajansının Tuik'ten aldığı verilere göre tatil için gelen turistler, 633 dolar harcama yaparken sağlık turistinden 2.500 dolar kazanılmıştır. Son üç yılda sağlık turizmine katılan sağlık turisti ve elde edilen gelir tablo 7'de verilmiştir (www.aa.com, 2018):

Tablo 7. 2015-2017 Yılları Arasında Türkiye'ye Gelen Turist ve Elde Edilen Gelir

Yıllar	Gelen Yabancı Turist Sayısı	Elde Edilen Gelir
2015	249.620	451.9 Milyon Dolar
2016	268.144	512.1 Milyon Dolar
2017 (Eylül'e kadar)	315.258	596.5 Milyon Dolar

Kaynak: TUİK, 08.11.2017 verilerinden uyarlanmıştır.

Türkiye sağlık turizmindeki potansiyeline rağmen hedeflerine ulaşma konusunda eksiklikler yaşamaktadır. Eksikliklerden biri diğer ülkelerin eklediği paket ve çekiciliklerin bulunmayışı ve turistin sadece sigorta masraflarının karşılanmasındır (Çiçek ve Adveren, 2013: 27). Bir diğer eksiklik tanıtımdır. Yakınında bulunan Orta Doğu, Suriye ve Irak gibi ülkelerle aynı dilin konuşulduğu Azerbaycan gibi Türki Cumhuriyetlere yönelerek hem dil bilme açısından hem de bu ülkelerde bulunmayan teknolojiyi sağlama yönünden daha fazla tanıtımın yapılarak turistleri çekmek gerekmektedir (Aydın, 2008: 3).

Gelecek planlarında sağlık turizminde gelişmek isteyen Türkiye'nin, 2023'te sağlık turizminde zirveye ulaşması konusunda stratejik planda tüm eksikliklere değinilmektedir. Bu eksikliklere çözümler, Onuncu kalkınma planındaki gibi açıktır ve her turizm türü ayrı ele alınarak açıklanmıştır. Sağlık turizmi kapsamında düşünülen hedefler şu şekildedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007: 24):

- ✓ Öncelikli turizm türü olarak kabul edilen termal turizmin gelişmesi için destek verilecektir.
- ✓ Türkiye termal turizm açısından 4 bölgeye bölünerek bu bölgelerde merkezler belirlenip alt ve üst yapı geliştirilecektir.
- ✓ Termal su etütleri yapılarak termal kompleksler planlı ve çevreye uygun halde kurulacaktır.
- ✓ Termal su potansiyeli ölçülmeden bölgede termal tesis inşa edilmeyecektir.
- ✓ Kurulacak tesisler, mimari yönden yerel dokuya zarar verilmeden ve gelecek turistin ilgisini çekecek şekilde planlanacaktır.
- ✓ Tanıtımlarda termal su varlığıyla önde olan bölgelerin termal tesislerine yer verilecektir.

- ✓ Tanıtımda markalaşmaya çalışılacaktır. Yurt içi ve yurt dışında tanıtımlarda aktif bir reklam kampanyası hazırlanacaktır.

Pazarlama, hizmet kalitesi, markalaşma ve tanıtım eksiklikleri fazla olduğu için Türkiye'nin sağlık turizminde kat edeceği yollar bulunmaktadır (Özen, 2010: 26). Temizkan ve Çiçek'e göre sağlık turizminde başarıyı yakalamak, bilinirlik ve rekabetin yolu beş aşamadan geçmektedir. Bu aşamalar (Timur, 2015: 19):

- Kalite,
- Uluslararası Standart,
- Markalaşma,
- Tanıtım ve
- Yenilikçiliktir.

Beş aşamayı uygulandığında, işletmeler ve ülkeler başarıya ulaşarak müşteride memnuniyet oluşturmaktadır. Müşteri memnuniyeti, müşterinin beklediği hizmet kalitesi ile algıladığı hizmetin aynı ölçüde olup müşterideki beklentiyi karşılamasıdır (Işık, 2016: 1161). Müşterinin isteğini anlamak, memnuniyetini sağlayabilmek ve isteklerine cevap verebilmek oldukça zor olsa da başarabilen işletmeler, müşterilerin tekrar kendilerini tercih etmesiyle müşteri bağlılığı sağlamaktadır. Müşteri memnuniyeti ile işletmenin sürekliliğini sağlayarak başarısını arttırmakta ve tanıtımına katkı sağlamaktadır. Günümüzde yemek, gezmek gibi alışkanlıklarını sosyal medya yoluyla çevrelerine duyuran müşteriler, işletmeden memnun olduklarında sosyal medyada tesisi paylaşarak tanıtımına yardımcı olmaktadır (Çatı ve Koçoğlu, 2008: 173-174). Sağlık turizminin maddi getirisi göz önünde bulundurulduğunda, müşteri tatmini ve memnuniyetinin oluşturulması rekabet açısından önem taşımaktadır. Müşteride memnuniyetin oluşması, işletmenin başarısını arttırmaktadır (Özcan ve Aydın, 2015: 75-76).

Türkiye'nin istediği konuma gelebilmek için hedeflerine ve eylem planına uyup tanıtımlarına ağırlık vermesi, hizmet kalitesi konusunda çalışanlarına hizmet içi eğitim aldırması, donanımını tamamlaması ve yatak kapasitesini arttırması gerekmektedir.

2. BÖLÜM

TERMAL TURİZM

2.1. TERMAL TURİZM KAVRAMI

Günümüzde yaşam şeklinin değişmesi ile insanların yaşam koşulları ve stres düzeyi artmaktadır. Kalabalık, büyük binalar, gürültü ve çevre kirliliği ile mücadele eden insanlar bunalarak yaşadığı stresten kaçıp kurtulmak ya da zinde kalmak için termal turizme sığınmaktadır. Termal turizm hastalara tedavi olarak rahat yaşama imkanı sunarken sağlıklı insanlara sağlıklarını koruma ve stresten uzaklaşma fırsatı tanımaktadır.

Termal turizmin tanımından önce nereden geldiği ve ne amaçla kullanıldığının bilinmesi gerekmektedir. Termal sözcüğü Latince "Thermos" sözcüğünden gelmektedir. "Thermos" sözcüğü sıcak anlamında kullanılmaktadır. Romalılar döneminde halkın gittiği banyo anlamında kullanılırken sonra su alınan yer anlamında kullanılmıştır (Kahraman, 1978: 5, Bayer, 1997: 8 Akt: Edinsel ve Adıgüzel, 2014: 173).

Termal turizm; çeşitli destek tedavileri(iklim kürü, diyet, egzersiz, psikoterapi, fizik tedavi ve rehabilitasyon gibi) kullanarak hastanın iyileşip rahatlaması için uygulanan turizm türüdür (Akat, 2000: 23-24).

Zengingönül ve diğerlerine göre, hastaların tedavisinin zaman alması nedeniyle termal kaynaklara yakın bölgede kurulan otel ya da konaklama merkezlerinde kalmayı gerektiren turizm çeşididir (Zengingönül vd., 2012: 11).

Türsab 2014 yılında açıkladığı sağlık turizmi raporunda; termal turizmi, hastaların destek tedavilerini termal sularla birlikte aldığı, bulunduğu yerden uzakta ya bir otelde ya da termal merkezde tedavi olmaya çalıştığı ve zinde kaldığı sağlık turizminin bir dalı olarak tanımlamaktadır (Baysal, 2016: 253).

Aslan'a göre, çeşitli hastalıklara sahip bireylerin hastalığının tedavisi için ya da yorgun halinden kurtularak zindelik kazanmak için termal sularla tedavi uygulayan işletmelere gidilmesiyle doğmaktadır (Aslan, 1996: 10 Akt. Timur, 2015: 3).

Öztürk ve Yazıcıoğlu'na göre, belirli sıcaklığa sahip suların yeryüzüne çıkmasıyla suların tedavi edici yönünü kullanılarak bölgenin özelliklerine dokunmadan, doğal şartlarda gerçekleşen turizm türüdür (Öztürk ve Yazıcıoğlu, 2002: 9).

Çelik'e göre, yaşam şekli doğrultusunda, sağlık kazanmak ve zinde kalmak amacıyla bölgede bulunan sıcak su kaynaklarını kullanıp bölgenin iklimine uymak şartıyla turizm değerlerinden yararlanılmasını sağlayan turizm türüdür (Çelik, 2009: 19).

Ülker'e göre, sıcak su kaynaklarını hastanın sağlıkla ilgili problemlerini gidermek için destek tedavileri ile birlikte hastaya uygulayan turizm şeklidir (1988: 24. Akt: Çelik, 2009: 19).

Türksoy'a göre, hasta bireylerin yararlanması için var olan sıcak su kaynaklarının tedavi amaçlı kullanılmasıdır (Türksoy, 2010: 702).

Taktak ve Demir'e göre, fizik tedavi ve rehabilitasyon, egzersiz, destek tedaviler ve kür uygulamalarını birleştirerek termal sularla hastaya tedavi sağlayan turizm türüdür (Taktak ve Demir, 2010: 21).

Kozak'a göre, termal suların içerdiği mineralli suların hastanın tedavisine göre ya da dinlenme amaçlı kullanılarak hastaların zinde kaldığı turizm türüdür (Kozak, 2010: 21).

Turizm Bakanlığı'na göre; hastalara hastalıklarından kurtulmak için tedavi olurken faydalandığı kür uygulamaları, fizik tedavi ve rehabilitasyon, diyet programları ve egzersizlerini belirli sıcaklıkta, yer altından çıkan mineralli termal suyu bilen çalışanlar ve doktorlar eşliğinde uygulanmasını sağlayan turizm türüdür (www.kulturturizm.gov, 2018).

Termal sular, hastaların tedavi olması ya da zinde kalması için kullanılmaktadır. Termal turizmi daha çok 60 yaş ve üzeri bireyler tercih etmektedir. Üçüncü yaş grubu olarak isimlendirilen bu yaş grubunun çok katılmasının nedeni; yaşlanmaya başladıkları için omurga rahatsızlıkları ya da romatizmal hastalıklara yatkınlıklarının artması ve emeklilikle gelen boş zamanı değerlendirme çabasından kaynaklanmaktadır (Pırnar, 2008: 47). BM Nüfus Fonu verileri, gelecekte yaşlı nüfus artacağı için termal turizme ilginin artacağını ortaya koymaktadır.

Günümüzde, sağlıklı insanların da termal turizme katılması ile birlikte termal turizm işletmeleri sağlıklı insanların ihtiyaç duyduğu hizmetleri bulundurmaktadır(Kayın, 2002: 4). Sağlıklı insanların termal turizme katılabilmesi, termal turizmi diğer türlerden farklılaştırmaktadır. Bu açıdan bakıldığında, turistlerin termal turizme katılım amacında çeşitlilik sunmaktadır (Gençay, 2010: 108).

Termal turizme katılan hastalar, kalma sürelerini kendileri ayarlayamamaktadır. Uygulanacak destek tedavilerinin 2-4 hafta arasında değişen süreleri bulunduğundan doktorun uygulayacağı tedaviye göre kalış gösteren hasta, gerekli görüldüğünde tekrar termal turizme katılmaktadır. Termal turizmin kalış süresi ve tekrar edilebilmesi diğer turizm türlerine göre farklılık yaratmaktadır (Gençay, 2010: 108).

Termal turizm, farklılıklarının yanında kıyı kesimde bulunmayan bölgeye deniz, kum ve güneş gibi çekicilikleri olmadan turizm yapabilme imkanı sağlamaktadır. Turizmi iç bölgelere taşıyıp bölgeyi çekici hale getirmekte ve renklendirmektedir (Gençay, 2010: 108).

2.1.1. Geçmişten Bugüne Termal Turizmin Gelişimi

Türk kültürü, geçmişten günümüze termal sulara ve hamamlara düşkündür. Türklerle özdeşleşen termal sular için Türkler, pek çok isim vermişlerdir. Bunlar (Çetinkaya, 2010: 27):

- ✓ Ilıca: Türk kültüründe sıcak suyun çıktığı ana noktadır.
- ✓ Kaplıca: Ilıcaların etrafına yapılan ve Türk kültüründe yıkanmak için kullanılan yapılardır.
- ✓ Çerge: Eskiden kaplıcalara verilen isimdir. Günümüzde bazı yörelerde hala kullanılmaktadır.
- ✓ Türk Hamamı: Günümüzde bazı bölgelerde kalıntıları eski uygarlıklardan kalan ya da varlığını sürdüren üzeri kubbe biçiminde termal sulara yakın yerde kurulmuş eski yapılardır.

Termal sular günümüzde popüler olmamıştır. Eski medeniyetlerde izine rastlanmaktadır. Antik çağlarda geçen Homeros'un İlyada ve Odessia adlı mitolojik eserinde suyun sağlık amaçlı kullanıldığının işaretleri bulunmaktadır. Tam bir tarih

belirtilmese de Antik çağlarda eserlerde geçmesinden sıcak sulara verilen önem görülmektedir. Roma döneminin doktorlarından Hipokrat o dönem yazdığı eserinde, banyolardaki tedaviden bahsederken, Yunanlılar termal suyun tedavide nasıl kullanılacağı konusunda araştırma yapmıştır (Tokmak, 2015: 39). Roma kültürü boyutlarına göre kaplıcaları sınıflandırmıştır. Küçük ve sıradan hamamlara balneo ya da balneum, kişiye özel hamamlara balnea-privata ve birçok özelliğin bulunduğu büyük hamamlara balnea publica ya da thermae ismini vermiştir (Çetinkaya, 2010: 28). Termal ismine yakın "Thermae" günümüzün termal tesisleri kadar gelişmiştir ve tesislere gelen Romalıların tüm sanatsal aktiviteleri düşünülerek tesislere amfi tiyatro ve kütüphane eklenmiştir (Tokmak, 2015: 39).

Roma uygarlığının gücünü yitirmesiyle birlikte hastane ve tedavi merkezleri artışa geçmiş ve tüm medeniyetler sıcak suyun şifalı yönünden haberdar olmaya başlamıştır (Dünya'da ve Türkiye'de Sağlık Turizmi, 2010. Akt: Kaşlı, vd., 2012: 48). Tedavi amaçlı kullanılan termal sular farklı amaçla kullanılmaya başlanmıştır. İlk kez 1827 yılında İtalya'da asit borik elde edilerek 1905 yılında elektrik üretiminde kullanılmış ve sonrasında elektrik üretimi ve ısıtma amacıyla kullanılmıştır. Sadece tedavi amaçlı kullanılmayıp aynı zamanda mistik ve dini açıdan insanlar üzerinde kullanılmıştır. M.Ö. 4. yüzyılda insanlar, suyun mucizevi gücüne inanarak tedavi olmak istemiştir (Zengingönül vd., 2012: 10-11).

Türklerde termal suların kullanımı İslamiyet'in öncesine kadar gitmektedir. İslamiyet'in gelişiyle temizliğin şartı sayılan su, dini bir gereklilik haline gelmiştir (Tokmak, 2015: 41-45). Türk kültüründe ilk kez, ünlü hekim İbn'i Sina Kanun isminde yazdığı eserinde kaplıcalardan bahsederek tavsiyelerde bulunmaktadır. Sonrasında yine hekim İbn-i Şerif'in Yadigar ismini taşıyan eserinde kaplıcalardan bahsedildiği görülmektedir (Erer ve Erdemir, 2004: 46). Osmanlı Döneminin bilinen ilk hamamını 1336 yılında Orhan Bey Bursa'da yaptırmıştır (Çetinkaya, 2010: 29). Topluca halkın kullanabileceği ilk hamamı 1584 yılında dönemin padişahı Murat, annesi Nurbanu Sultan için Mimar Sinan'a yaptırmıştır. Sonraki dönemde hamamlar meşhur olmuş ve sayısı her geçen gün artmaya başlamıştır (Bozok, 2005: 67).

Türk hamamlarını Dünya'ya tanıtan Anadolu Selçuklu Devleti olmuştur. Kendilerinden önce kurulan ve savaşlarda tahrip olan kaplıcaları inşa ederek halka kazandırmışlardır (Özgen, 2011: 14). 1980'lerde sağlık turizminin Dünya'da fark

edilmesiyle birlikte hastaları çekmek için termal sularla yeni tedavi şekilleri, masajlar, yeni ürünler tedavi paketlerine eklenmektedir (Terzioğlu, 2009: 8). Günümüzde sadece hasta insanların tedavi olmak için gittiği yer olmaktan çıkmış ve sağlığını koruyup geliştirmek isteyen insanların gidebildiği bir ihtiyaca dönüşmüştür.

2.1.2 Termal Turizmin Faydaları

Geçmişte ve günümüzde termal suların kullanım yeri olan kaplıcalar, sadece yıkanma yeri olarak görülmemektedir. Eski Türk toplumlarında kaplıca ya da hamam kültürü hayatın içerisinde yer alan ve önemli konuların duyulmaması için konuşulduğu bir yerken günümüze yaklaştıkça evlenmeden önce kızların götürüldüğü ya da burada evlendirilmek için seçildiği bir kültürün ve geleneğin parçasıdır. Günümüzde tüketicilerin, geçmiş gelenekleri tekrar yaşatmak, hızlı yaşam tarzından ve stresten yorulup arınmak için sığındığı yerler haline gelmektedir.

Teknolojinin gelişimi, insanlara kolaylık ve fayda sağlamanın yanında yorgunluk, bitkinlik ve depresyona neden olmaktadır. Ulaşımın kolaylaşması; trafik ve gürültüyü, yüksek binaların ve şehirleşmenin artışı; kalabalığı ve çevre kirliğini arttırmaktadır. Winston Churcill'in söylediği gibi, insanlar tasarladıkları teknolojik gelişmelerle kendilerini hasta etmektedir (Global Wellness Trends, 2017: 3-55). Koşturmacanın, yoğunluğun, kalabalık, gürültü ve trafiğin içinde bulunan insanlar sıkılıp dinlenmek, kendine gelmek ve stresinden arınarak sağlığını geri kazanmak için geçmişte deniz, kum ve güneş turizmini seçerken günümüzde fikrini değiştirerek daha fazla sağlığına faydası olacak ve kendini zinde hissedeceği tatil şekillerine yönelmektedir (Pırnar, 2008: 47).

Teknolojinin gelişimi, insan ömrünü uzatmakta ve yaşlı nüfusu artırmaktadır. Yaşlılar, yaşadığı eklem, omurga rahatsızlıkları ve romatizmal hastalıkların çözümünü termal sularla aramaktadır. Altmış beş yaş ya da üstü insanlar, hareketli bir yaşlılık ve sağlıklı bir hayat geçirmek için termal turizmi önemsenmekte ve termal turizme katılım artmaktadır (Aksu ve Aktuğ, 2011: 4). Termal turizme katılımın arttığını gören yatırımcılar, termal turizmi çok önemsemektedir. Çünkü diğer turizm türlerine göre termal turizmden daha fazla kazanç sağlanmaktadır. Ekonomik anlamda, termal turizmin diğer turizm türlerinden daha fazla kazancın

elde etmesinin nedeni şu şekilde açıklanmaktadır (Pırnar, 2008: 47, Sandıkçı, 2008: 16, Toy, Eymirli ve Karapınar, 2010: 2, Bilgili, 2013, b: 11, Sav, 2016: 83):

- ✓ Diğer turizm türleri gibi sezonluk turizm yapmak yerine 12 ay turizm yapılarak sene boyu kazanç sağlanmaktadır.
- ✓ Diğer turizm türlerine göre sağlık zorunlu bir ihtiyaç kapsamına girdiğinden rezervasyon iptalleri daha az olmaktadır. Bu yüzden kazanç kaybı az yaşanmaktadır.
- ✓ Sezonluk olmadığı için 12 ay boyunca çalışanlara iş imkanı sağlayarak işsizliği azaltmaktadır.
- ✓ Diğer turizm türlerinde kısa konaklayabilen turistler, termal turizmde daha uzun konaklamaktadır. Bu yüzden termal tesislerde yüksek doluluk sağlanmaktadır.
- ✓ Termal turizme katılan bireyler, diğer turizm türlerine de katılabildikleri için diğer turizm türleriyle birlikte kullanıldığında bir renk ve çeşitlilik sağlamaktadır.
- ✓ Kazanç konusunda yatırımı kısa sürede kâra dönüştürmektedir. Yatırımcılar için oldukça fazla kâr sağlamaktadır.
- ✓ İç kesimlerde kalan yörelerin, bilinmeyen bölgelerin termal turizm sayesinde kalkınıp gelişmesini ve tanınmasını sağlamaktadır. Bölgede hareketliliğe ve turizmin gelişmesine katkı sağlamaktadır.

Termal turizm, her bölgede yapılmamaktadır. Öncelikle bölgede termal kaynağın olması, havanın temiz olması, bölgenin insanlar tarafından tahribata uğratılmamış olması, bölgede kalabalık ve gürültünün olmaması gerekmektedir. Bir termal tesiste olması gereken donanımlar şu şekildedir (Zengingönül vd., 2012: 11. Tavşan, 2012: 22-23. Çiçek ve Adveren, 2013: 27. Kök, 2013: 23):

- ✓ Kaplıca suyunun şifa ya da tedavi edici özelliğinin bulunması için fiziksel ve kimyasal özellikler taşıması gerekmektedir. Termal suyun mineral değerinin olması ve suyun sıcaklığının ise en az 20 derece olması gerekmektedir.
- ✓ Tesiste çeşitli destek tedavileri olarak yer alan terapi tedavileri (iklim terapileri, Thermoterapi, İnhalasyon terapi vs.) için uygun ortamın bulunması gerekmektedir.

- ✓ Fiziksel sorunlar yaşayan hastalar için hareket tedavisinde kullanılmak üzere aletler, spor yapmak isteyen ya da sağlıklı kalmak isteyen hastalar için spor aletleri bulunması gerekmektedir.
- ✓ Masaj yaptırmak isteyenler için aletlerin ya da masaj bilen personelin bulunması gerekmektedir. Güzelleşmek isteyenler için de çamur banyosu ve kuaförde olan bakım imkanlarının bu merkezlerde bulunması gerekmektedir.
- ✓ Bir sağlık kuruluşunda yer alan ve çeşitli hastalıkların tanı ve tedavisinde kullanılan aletler(röntgen, laboratuvar gibi), doktor ile birlikte bilen sağlık çalışanlarının bulunması gerekmektedir.
- ✓ Termal tesisin etrafında yeşillik, kafa dinlemeye müsait sakin bir yer olmak zorundadır. Etrafında açık havada sporu yapabilmeye uygun arazi ya da sahaların bulunması gerekmektedir. Eski tesislerde bu özelliklerin bulunması zordur. Ancak yanına yapılan bina ya da değişimlerle bu özelliklerin eklenmesi gerekmektedir.

Termal suyun bir bölgede çıkması bölgenin termal turizme elverişli olduğu anlamına gelmez. Analiz yapılmadan termal kaynağın bölgede kaplıca ya da termal otel kurulmaya elverişli olup olmadığı bilinememektedir. Analizler yapılırken iklim özelliklerinin araştırılarak öğrenilmesi gerekmektedir. İki şekilde oluşan termal sular; kar, yağmur gibi yağışlardan sonra toprağın içine işleyen suların kendisine yol bularak bir kayaya geldiğinde birikmesiyle birlikte fiziksel ve kimyasal değişime uğrayarak ya da yerin altında biriken suyun değişime uğramasıyla yeryüzüne çıkmaktadır. İkinci durumda herhangi bir yağışın sızması ya da birikmesiyle değil kendiliğinden oluşmaktadır (Çontu, 2006: 35). Yeryüzüne çıkan termal suların 20°C–32°C sıcaklığında olması, çıktığı bölgede iklimin neme yatkın olması gerekmektedir. Hastalara iklim kürü uygulayabilmek için nem oranının %30-70 arasında bir değerde olmak zorundadır. Termal suların içindeki özelliklere göre sınıflandırılması şu şekildedir (Pırnar, 2008: 57):

- Termal Sular: 20ºC derecenin üzerindeki sulardır.
- Mineralli Sular: Bir litre suyun içerisinde 1 gramın üzerinde çözülmüş mineral barındıran sulardır.

- Termomineralli Sular: 20ºC derecenin üzerinde olup içerisinde çokça mineral barındıran sulardır. Bir litre suyun içerisinde en az 19 gram çözülmüş mineral taşımaktadır.

Termal sular, mineralli sular ve termomineralli sular doğal sular olarak ikiye ayrılmaktadır. Bu doğal suların içeriğindeki minerallerin fazlalığıyla oluşan sular özel sular olarak adlandırılmaktadır. Özel sular şu şekildedir (Pırnar, 2008: 61-62):

- ✓ Karbondioksitli Sular: İçerisinde çözünmüş karbondioksit bulunduran sulardır.
- ✓ Kükürtlü Sular: İçerisinde kükürt bulunduran sulardır.
- ✓ Radonlu Sular: İçerisinde radon ışınımı bulunduran sulardır.
- ✓ İyotlu Sular: İçerisinde iyot bulunduran sulardır.
- ✓ Tuzlu Sular: İçerisinde tuz bulunduran sulardır.
- ✓ Florürlü Sular: İçerisinde florür bulunduran sulardır.
- ✓ Arsenikli Sular: İçerisinde arsenik bulunduran sulardır.
- ✓ Demirli Sular: İçerisinde demir bulunduran sulardır.
- ✓ Radyumlu Sular: İçerisinde radyum ışınımı bulunduran sulardır.

Termal suyun içerisinde bulunan mineralin bilinmesi hastanın tedavi olmak istediği hastalık açısından önemlidir. Çünkü hasta, suyun içerisinde bulunan minerallere göre tedavi almaktadır. Termal suların, minerallerine göre iyi geldiği hastalıklar şu şekildedir: Sodyum klorürlü sular; romatizma, deri hastalıkları, astım, bronşit, kalp hastalıkları, fiziksel ve sinirsel yorgunluklara, hidrokarbonatlı ve karbonatlı sular; beslenme bozukluğu, böbrek hastalıkları, idrar yolları hastalıkları ve romatizma gibi hastalıklara, sülfatlı sular hidrokarbonat ve karbonatlı suların iyi geldiği hastalıklara iyi gelmektedir. Demirli sular adından anlaşılacağı üzere kanında demir eksikliği yaşayan hastaların hastalıklarının tedavisinde kullanılmaktadır. Arsenikli sular; bünyesi zayıf insanların tedavisine, iyotlu sular; solunum yolu rahatsızlıkları, kalp hastalıkları, göz hastalıkları ve kan dolaşımına, kükürtlü sular; kadın hastalıkları, deri, cilt hastalıkları, romatizma, solunum yolu rahatsızlıkları ve göz hastalıklarına iyi gelmektedir. Radonlu sular ise kan dolaşımı rahatsızlıkları, hormonal hastalıklar, romatizma ve kalp hastalıklarına iyi gelmektedir (Çontu, 2006: 36. Bucak ve Özkaya, 2013: 9).

Termal turizme bilinçli katılmak önem taşımaktadır. Hasta, sağlığına iyi gelecek iklim ve su özelliklerini bilirse etkili bir tedavi almaktadır. Astım hastaları, sağlığına iyi gelmeyecek iklim şartlarında tedavi olmaya kalktığında daha fazla hastalanmalarına neden olacaktır. Bu yüzden termal suyun özellikleri ve termal turizm hakkında bilgi sahibi olmak gerekmektedir.

2.1.3. Termal Turizm Kavramları

Termal su, sıcak su gibi basit kısa bir kavramla nitelendirilemez. Tedavi alacak hasta destek tedavileri, kür uygulamaları, ılıca, SPA ve Wellness gibi pek çok kavramla karşı karşıya kalmaktadır. Bu kavramları bilmek araştırmacılara kolaylık sağlamaktadır(Kaşlı vd., 2012: 53). Su kaynakları literatürde şu şekilde açıklanmaktadır:

Şifalı Sular: İçeriğinde var olan özellikler denetlenerek tedaviye uygunluğu kabul edilmiş sulardır. Halk arasında daha çok bu isimle bilinmektedir (Tokmak, 2015: 55).

Jeotermal Enerji: Yerkabuğunun içinde meydana gelen ısınmayla erimiş madde özelliğindeki sıcak su ve buharın yol aldığı ısı enerjisidir (Tokmak, 2015: 55).

Termal Sular: Bulunduğu bölgede 20 derece sıcaklıkla çıkan sulardır (Pırnar, 2008: 43).

Termal kaynak: Termal suların yeryüzüne çıktığı yerdir. Termal kaynak yerine ılıca ya da kaynarca ismi de verilmektedir (Çontu, 2006: 33, Pırnar, 2008: 43, Tokmak, 2015: 55).

Maden Suyu: Özel sulardan kabul edilmektedir. Litresinde eriyik halde mineral ya da karbondioksit gazı bulunduran sulardır. Sıcaklığı 20 derecenin üzerindedir (Tokmak, 2015: 55).

Çermik: Ilıca ya da şifalı su anlamında kullanılmaktadır (Çontu, 2006: 43).

Termal sular kullanılarak yapılan tesislere ya da kullanılan tekniklere termal turizm kapsamında çeşitli isimler verilmektedir. Bu tesisler ve teknikler şu şekildedir:

Kaptaj: Kaplıcalar yönetmeliğinin 2004'te açıkladığı raporda termal suların kirlenmemesi, içeriğinde bulunan gazın, mineralin azalmaması ve özelliklerinin değişmemesi için toplama, sondaj gibi tekniklerle bir yerde birikmesidir (İlker, 2012: 124).

Kaplıca: Şifalı suların çıktığı bölgede kurulan işletmelerdir (Çontu, 2006: 34) Modern kaplıca tesisleri ya da kaplıca kliniği ismi de verilmektedir. Sadece şifalı sularla yapılan ve basit tedavi olarak nitelendirilen tedaviyi uygulamaktadır. Hastaların bu uygulamayı doktor kontrolünde almaları gerekmektedir (Sav, 2016: 86).

Kaplıca Kliniği ve Termal Otel: Termal bölgedeki üniversite hastaneleriyle birlikte çalışan, dinlenmekten çok tedavi alacak hastaların geldiği ve bölgedeki hastalara günlük tedavi sağlayan tesislerdir(Sav, 2016: 87).

Termal Şehir Oteli: Termomineral su özelliğine sahip bölgelerde parkur ve açık hava sporlarına uygun alanın yer almadığı şehir merkezinde konumlandırılmış tesislerdir. Hastalar tedavi alırken daha çok bakım ve güzellik tedavilerini almaktadır (Sav, 2016: 86).

Termal Resort Otel veya Tatil Köyü: Kalabalıktan kaçan, dinlenmek isteyen hastaların doğayla iç içe konaklayacağı tesislerdir. Doğası, iklimi, çevresel özellikleriyle her türlü spor ve termal tedavi uygulamalarını bünyesinde bulundurmaktadır (Sav, 2016: 87).

Termal Oteller: Sezon boyunca çalışan, 14-21 gün arasında tedavi hizmeti sunan, dinlenme amaçlı gelen hastalara yönelik termal hizmeti karşılayan ve donanımlarına göre yıldız alan otellerdir (Tokmak, 2015: 56).

Kür Merkezi: Destek tedavilerinin uygulandığı, hastalığa göre şifalı suyun seçildiği ve uygulandığı merkezlerdi (Tokmak, 2015: 56).

Kür Parkı: Daha çok boş zaman aktiviteleri, spor alanları, parklar, oyun alanları, yüzme havuzları ve alışveriş merkezinden oluşan tesislerdir (Tokmak, 2015: 56).

Kür: Dilimize dışardan girmiş bir terimdir ve termal turizmde sık kullanılmaktadır. Tedavi olacak hastaların aldığı tedaviyi doktor kontrolünde alarak

belirlenen süreçte bu tedaviden yararlanmasıdır. Kürü uygulayan kişiye kürist ismi verilmektedir. Hastaların alabileceği dört çeşit kür bulunmaktadır. Bunlar (Göyün, 2001: 3. Çontu, 2006: 34, Tokmak, 2015: 55):

- ✓ İçme Kürleri,
- ✓ Kaplıca Kürleri(Balneoterapi),
- ✓ Deniz Kürleri(Talassoterapi) ve
- ✓ İklim Kürleridir(Klimaterapi).

Sosyal Kür: Toplumdaki verimliliği arttırmak amacıyla, insan sağlığını korumak ve iş gücünün azalmasına engel olmak için halka ve çalışanlara uygulanan maddi beklentisi bulunmayan kür çeşididir (Tokmak, 2015: 56).

İçme Kürleri: İçerisinde mineral bulunan sulardır ve belirlenen doz ya da günde hastaya içirilerek uygulamasıdır (Tokmak, 2015: 53).

Termalizm: Suların amacına uygun, sağlığa uygun koşullarla ve kirletilmeden tedavi için hastalara uygulanmasıdır (Tokmak, 2015: 55).

İnhalasyon: Solunum yoluyla termomineral suyun tedavi amaçlı uygulanmasıdır (Tokmak, 2015: 53).

Terapi: Hastalıkları iyi etmek için uygulanan tedavidir (İlker, 2012: 125).

Balneoterapi: Termal tedavi ile iklim kürlerini birleştirerek termal suların bulunduğu bölgenin iklimine göre tedavi olacak hastaya kür şeklinde uygulanmasıdır (Tavşan, 2012: 12).

Klimaterapi: İklim özelliklerinden faydalanılarak hastaların tedavisinde uygulanmasıdır (Tavşan, 2012: 12).

Talassoterapi: Deniz suyu özelliklerinin hastaları tedavi etmek ve sağlıklarını korumak için uygulanmasıdır (Tavşan, 2012: 12).

Paleoterapi: Çamur tedavisi olarak da geçen Paleoterapi, vücudu tedavi etmek, güzelleşmek gibi amaçlarla çamur ve kil uygulanmasıdır (Tokmak, 2015: 54).

Aromaterapi: Meyvelerin özleri kullanılarak çeşitli yöntemlerle uygulanan kür uygulamasıdır (Tokmak, 2015: 53). Üvalizm olarak da tanımlanmaktadır.

Akuaterapi: Hastaya doktor ya da bilen bir personelin uyguladığı termal su dolu havuzlarda yapılan uygulamadır (Tokmak, 2015: 53).

Helioterapi: Güneş ışınları kullanılarak yapılan uygulamadır (Tokmak, 2015: 53).

Hidroterapi: Tatlı su ya da termomineral su kullanılarak çeşitli şekillerde uygulanan kürdür (Tavşan, 2012: 13).

Speleoterapi: Mağaralarda yer alan hava ve sudan yararlanılarak hastaların tedavisi için kullanılarak uygulamasıdır (Özgen, 2011: 11).

Fizyoterapi: Herhangi bir hastalığı bulunmayan, egzersiz ve eğitimlerle bireyin sağlığını korumayı, hastalık ya da sakatlığın oluşmasını engellemek için yapılan uygulamalardır (İlker, 2012: 129, Tokmak, 2015: 56).

Krenoterapi: Solunum yoluyla içeriğinde radon bulunan suyun vücuda alınarak hastanın tedavi edilmesidir (Tokmak, 2015: 55).

Masaj: Vücuttaki kan dolaşımı harekete geçirilerek uyarılmasını sağlayıp refleks yoluyla tedavi edilmesidir. Dokunma ve yoğurma anlamını taşıyan iki yabancı kökenli sözcüğün birleşmesiyle türeyen masaj ağrıyan yerlere baskı uygulayarak tedavi sağlamaktadır (İlker, 2012: 129).

Taş Masajı: Vücudun ağrı, yorgunluk, stresini almak için sıcak taşlarla yapılmakta ve vücudun yenilenmesini sağlamaktadır (İlker, 2012: 130).

Afüzyon Duşu: Cilt bakımı, kan dolaşımı ve dokuları yenilemek için çeşitli özellikteki suların hastaya duş şeklinde azar azar verilmesi veya masajla yapılan tedavi uygulamasıdır (Özgen, 2011: 9).

Sauna: Vücudun yenilenmesi amacıyla terlenerek sıcak hava yöntemiyle uygulanan tedavidir (Timur, 2015: 173).

Whirlpool(Girdap) Banyosu: Girdap yaratıp suyun vücuda masaj yapılmasını sağlanarak tedavi edilmesidir (Tokmak, 2015: 54).

SPA ve Wellness: Sağlık turizmi kapsamında, termal turizme dahil edilerek verilmektedir. SPA latince kökenli Sales Per Aquam kelimesinden gelerek su ile

vücudun iyileşmesi, sudan iyilik yansıması anlamına gelmektedir. Wellness ise zinde olabilmeyi ifade etmektedir (İlker, 2012: 125, Timur, 2015: 170).

2017 yılında Global Wellness Enstitüsünün yaptığı araştırmada; sauna, SPA ve Wellness hizmetlerinin gelecekte daha sosyal hale geleceği düşünülmektedir. Artacak gürültünün, teknolojinin insanları bunaltarak sessizlik, SPA ve Wellness hizmetlerinin çok satacağını, stresin doğal düşünme ve yaratma gücüne engel olacağı için oluşacak stresi azaltmanın tek yolu olarak termal banyo, masaj, SPA ve Wellness'ın çok tercih edileceği düşünülmektedir. Sadece otellerde yer alan SPA ve Wellness hizmetlerinin otellerden çıkarak yaşam merkezlerinde konumlandırılıp uygun fiyatlarla insanlara sunulacağı düşünülmektedir. Ruhsal ve zihinsel anlamda iyi olmak için insanların meditasyon, yoga ve egzersiz gibi rahatlama yaklaşımlarını daha yaygın kullanacağı, yoga, meditasyon gibi öğretilerin okullarda yer alacağı ve insanların iyi olması için haplar geliştirileceği düşünülmektedir. Otellerde uyku odaları tasarlanarak uykusuzluk problemi yaşayan hastalar için uyku elçisi isminde doktorlar bulundurulacağı ve uykusuzluk çekenlere uyku ve uyanma programı hazırlanacağı düşünülmektedir. Nefes çalışmaları ve sınıfları artarak sağlıklı yaşam merkezlerine katılımın önemi artacağı düşünülmektedir (GWS, 2017: 3-55).

2013-2015 yılları arasında Wellness Global Economy'nin yaptığı araştırmaya göre, SPA ve wellness hizmetleri Dünya'da % 10.6 büyüme göstermiştir. 2013 yılından beri 16.000 SPA merkezi endüstriye eklenmiştir (GWI, 2017: 8). SPA ve Wellness Avrupa'da ve Uzak Doğu'da yıllık 3 milyar dolar kazanç sağlamaktadır. İtalya'da 300, Almanya'da 260, İspanya'da 128, İsviçre, Avusturya ve Türkiye'de 100'ün üzerinde SPA merkezi bulunmaktadır. Türkiye SPA sektöründen yıllık 6-7 milyar hedeflemektedir. Türkiye'nin ağırladığı 250.000 yabancı SPA turistinin gelecekte 1 milyona ulaşması hedeflenmektedir. Kongre turizminin yerini alabileceği tahmin edilmektedir (www.turizmgazetesi.com, 2018, b). Kongre turizminin yerini alacağının düşünülmesinin nedeni SPA hizmetlerini en çok tercih edenlerin yoğun stresle başa çıkmak zorunda olan iş dünyasının yöneticileri ve iş adamları olmasıdır. Limak Holding Yönetim Kurulu başkanı iş dünyasının stresinden kaçmak için arkadaşlarıyla birlikte üç ayda bir SPA hizmetleri almayı tercih ettiğini ve Nissan Türkiye Genel Müdürü Nabuhiro Yoshida Türk Hamam kültürünün onun için bir

zevk olduğunu, hamamdan önce ve sonra SPAya gitmeyi sevdiğini belirtmektedir (www.estespa.com, 2018).

Dünya'da Termal turizm büyürken termal sular ile birlikte sunulan SPA ve Wellness hizmetleri de büyümektedir. Termal turizmin ilerlemesini önceden fark eden ve talepleri dikkate alan Dünya ülkeleri termal hizmetlere ek SPA ve Wellness, güzellik, masaj gibi uygulamaları ekleyerek insanlara sunmaktadır.

2.2. DÜNYA'DA TERMAL TURİZM

Romalılar zamanında başladığı düşünülen termal kaynak kullanımı, İlk çağlarda Romalılardan önce yaşamış Hitit ve Frig uygarlıklarında görülmektedir. Hitit uygarlığı, Ankara'da Haymana, Bolu'da Aşağı Babas, Kırşehir'de Karakurt ve Çiçekdağı'nda Bulamaçlı, Manisa'da Sart ve Denizli'de Pamukkale Kaplıcalarını kullanarak termal turizme katılmıştır. Frigler zamanında Afyon Bölgesi'ndeki Kaplıcalar kullanılmıştır. Ancak Romalılarda günümüzdeki kubbeli hamam halini almaya başlamıştır (Çelik, 2009: 33-34, b).

Günümüzden yıllar önce ilk uygarlıkların banyolara, kaplıcalara gitmesiyle başlayan termal turizm, günümüzde insanların stresten kaçmak, sağlık ve zindelik kazanmak için gittiği sektörün bir parçasıdır. Dünya termal turizm sektörüne önem vermektedir. Termal turizmde tercih edilen ülkeler ve gelen termal turist sayıları tablo 8'de verilmiştir (www.kulturturizm.gov, 2018).

Tablo 8. 2014 Yılı Dünya'da Termal Turizmi Tercih Edilen Ülkeler Ve Gelen Turist Sayıları

Ülke Adı	Kişi Sayısı
Almanya	10.000.000
Macaristan	10.000.000
Rusya	8.000.000
Fransa	700.000
İsviçre	800.000
İspanya	400.000
Japonya	12.000.000

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2014

Almanya, termal turizm sektörünün yarısını elinde bulunduran bir ülkedir. Das Leuze Kaplıcaları, yaz sezonunda 8.000 kişi ağırlamaktadır (Gündüz, 2015: 11). Bir başka termal tesis olan Bad Fussing, bir şehir kadar büyük yapılmış olup Avrupa'nın en büyük termal tesisi unvanını elinde bulundurmaktadır (Çetinkaya, 2010: 31). Almanya'yı tercih eden turistlerin % 70'inin eğilimi sağlık turizmidir ve gelenler termal turizmi seçmektedir (Özbek ve Özbek, 2016: 103-104). Doktor tavsiyesiyle gelen hastalara kolaylık tanınarak tedavi masraflarının tamamı veya bir kısmı sigorta şirketleri tarafından karşılamaktadır(Gündüz, 2015: 12). Almanya'nın termal turizm stratejisinde sağlıklı yaşamı sağlamak kolay olduğu için asıl düşünülmesi gerekenin sağlıklı ölüm olduğu ifade edilmektedir. Bu yüzden termal turizme önem vererek gelişmektedir (Özgen, 2011: 19).

Macaristan, termal potansiyeli açısından oldukça zengin bir ülkedir. Almanya gibi Macaristan'da hastanın tedavi masraflarının tamamını ya da yarısını sigorta şirketleri aracılığıyla karşılamaktadır Ülkenin % 80'nini kaplayan termal su kaynakları daha çok yüksek gelir grubuna sahip hastalara hitap etmektedir. Yüksek gelir grubuna hitap etmesine rağmen müşteri memnuniyetini sağlayarak termal turisti tekrar ülkesine çekebilme özelliğine sahiptir (Çelik, 2009: 38, b. Özgen, 2011: 20).

Fransa, gelişmiş tedavi şekilleriyle termal turisti çekmektedir. Termal kaynakları tek başına sunmak yerine rekreatif faaliyetler ekleyerek renklendirmektedir (Özgen, 2015: 22).

Rusya'nın termal turizm tesisleri donanım açısından oldukça gelişmiştir ve büyük kısmı medikal turisti ağırlamaktadır(Gündüz, 2015: 12). Yerli halk SPA merkezlerine düşkündür ve daha çok SPA kullanımını tercih etmektedir (Özgen, 2015: 22).

Japonya, termal turizmi çok önemsemektedir. Ülkede 1500 kaplıca bulunmaktadır. Termal turizmi ön planda tutarak vatandaşlarını gerektiğinde termal turizmi iyi durumda olan ülkelere göndermektedir. Japonca sıcak su anlamına gelen Onsen kelimesi çıktığı bölgenin isminin sonuna getirilerek kaplıcalar anılmaktadır. Örneğin; Zao Onsen olarak adlandırılan kaplıca zao bölgesinde çıkar ve termal suyu 1900 yıl kadar öncesinde fark edilmiştir (Özgen: 2015: 18). Sadece Beppu bölgesi, 1000 termal su kaynağıyla termal turist ağırlamaktadır (Çetinkaya, 2010: 32).

Bulgaristan fiziksel yapı itibariyle büyük ve farklı iklime sahiptir. Arada kaldığı için hem Akdeniz hem Karadeniz ikliminden faydalanmaktadır. Termal turizmi 1970-1980 yılları arasında fark ederek tesisler kurmaya başlamıştır ve 500'den fazla termal su kaynağına sahiptir. Başkentinde bulunan altı çeşme içme kürleri için kullanılmaktadır. SPA merkezleri de termal tesisler kadar yaygındır (Çelik, 2009: 39, b).

İtalya, Romalıları topraklarında ağırladığı için termal turizme ev sahipliği yapmakta zorlanmamaktadır. Ülkede kaplıcaları tercih edenler genellikle üçüncü yaş olarak adlandırılan altmış yaş ve üzeri kişilerdir. Sahip olduğu su kaynaklarının yarısından fazlası soğuk olduğu için kaplıcalardan daha çok çamur banyoları ve balneolojik tedaviler kullanılmaktadır (Çelik, 2009: 42-43).

Çekya doğal kaynakların bulunduğu alanda kurulmuş bir ülkedir. SPA merkezlerine önem vererek termal tesisleriyle bütünleştirmektedir. 37 SPA kasabası doğal kaynakların bulunduğu kaplıcaların içerisinde yer almaktadır (Çetinkaya, 2010: 32, Özgen, 2011: 21, Gündüz, 2015: 12).

Termal turizm, uygulanması kolay bir turizm türüdür ve çok kâr getirmektedir. Bu durum termal kaynaklara sahip ülkelerin bilgilenerek termal turizmde gelişmeye çalışmasına neden olmaktadır. Dünya, termal turizmde gelişmeye çalışırken Avrupa kıtası diğer kıtalara göre daha öndedir. Çünkü 1500'den fazla termal tesis Avrupa kıtasında yer almaktadır ve her geçen sene büyüme devam etmektedir (Tokmak, 2015: 48). Geçmişte insanlar hasta olduklarında sağlık kuruluşlarına başvururken günümüzde hem hasta bireyler hem de dinlenmek, sağlığına sağlık katmak ve yenilenmek isteyen bireyler termal turizme katılmaktadır. Termal tesislerin öneminin artacağını fark eden ülkeler termal kaynaklarını tanıtmaya, termal kaynakların hizmet kalitesini arttırmaya ve markalaşmaya önem vermektedir (Tokmak, 2015: 49).

2.3. TÜRKİYE'DE TERMAL TURİZM

Termal kaynaklar volkanik oluşumlarla oluştuğu için yer aldığı bölgeye göre isimler almaktadır. Altı tane kuşak bulunmaktadır. Bunlar (Tokmak, 2015: 46):

And Volkanik Kuşağı: Yer aldığı bölge Güney Amerika'nın batı sahil kesimi ve çeşitli ülkeler (Venezuella, Kolombiya, Ekvator, Peru, Bolivya, Şili ve Arjantin) boyunca uzanmaktadır. Yüksek sıcaklığa sahip suların oluşmasını sağlayan aktif volkanik kuşak olarak geçmektedir.

Alp-Himalaya Kuşağı: Yer aldığı bölge Hindistan ile Avrasya arasında çeşitli ülkeler (Yugoslavya, Yunanistan, Türkiye, İran, Pakistan, Tibet, Myanmar, Tayland, Çin) boyunca uzanmaktadır. Uzunluğuyla Dünya'da ün kazanmıştır. 3000 km uzunluğuna ve 150 km genişliğe sahiptir.

Doğu Afrika Rift Sistemi: Yer aldığı bölge Zambiya, Malavi, Tanzanya, Uganda, Etiyopya, Djibuti gibi Afrika ülkeleri boyunca uzanmaktadır. Bir kısmında (Kenya, Etiyopya ve Tanzanya) volkanizma hala aktif halde bulunmaktadır.

Karayip Adaları: Karayip Adalarının olduğu bölgede yer almaktadır. Bazı bölgelerinde aktif volkanizma bulunmaktadır ve bu bölgelerde termal potansiyel oldukça zengindir.

Orta Amerika Volkanik Kuşağı: Yer aldığı bölge Gutemala, El Salvador, Nikaragua, Kosta Rika ve Panama gibi Amerika ülkeleri boyunca uzanmaktadır. Çok sayıda aktif volkanizma yer almaktadır.

Bunların Dışında: Diğer volkanik kuşaklara dahil olmayan Kanada, ABD, Japonya, Çin, Filipinler, Endonezya, Yeni Zelanda, İzlanda, Meksika, Kuzey ve Doğu Avrupa, bağımsız devletlerin yer aldığı bölgede uzanmaktadır

Türkiye termal turizmde dikkat çeken ülkeler arasında yer almaktadır. Konumu itibarıyla Alp-Himalaya volkanik kuşağında yer aldığı için bulunduğu kuşak sayesinde sahip olduğu termal su kaynaklarıyla zengin ilk yedi ülke arasına girmiştir ve Avrupa'da termal kaynaklarıyla en üst sırayı almaktadır (Çetinkaya, 2010: 33). Çünkü termal potansiyeli oldukça zengindir ve zengin potansiyele sahip olmasında bulunduğu konumun payı büyüktür. Termal kaynakların özellikleri

Türkiye'yi diğer ülkelerden ayırmaktadır. Bu farklılıklar şu şekildedir (Pırnar, 2008: 69. Akbulut, 2010: 38-39. Tavşan, 2012: 16-17).

- ✓ Termal sularının debileri yüksektir. Debileri yüksek olduğu için doğal ve verimli kaynak oluşturmaktadır.
- ✓ Termal suları, kür uygulamalarına ve her türlü tedaviye uygundur. Kür ve destek tedavilerini uygulamaya uygun olma nedeni, suların içerdiği mineraller (radon, kükürt ve tuz) bakımından zengindir. Türkiye'nin Avrupa'da termal kaynaklarının zenginliğiyle üst sıralarda yer alabilmesi bu minerallerin diğer ülkelerde sınırlı olmasından kaynaklanmaktadır. Dünya geneline bakıldığında, uygulanan kürler kısa sürmektedir. Ama Türkiye'de kür süresi uzundur. Dünya'da 120 gün uygulanırken Türkiye'de 210 güne kadar çıkabilmektedir.
- ✓ Her iklimde, her sezonda ve her bölgede turistler termal turizme katılabilmektedir. Böylece turistler, 12 ay, her iklim ve bölgede termal turizme katılabilmektedir.

Türkiye'deki termal kaynakların taşıdığı özellikler, termal tesislerin doluluk oranlarını arttırmaktadır. Yıllık % 70 oranında doluluk sağlandığı için Türkiye, erken rezervasyonla termal turistleri ağırlamaktadır (Pırnar, 2008: 69). Daha fazla yatak kapasitesine sahip olmasına rağmen yanlış yatırımlar, tanıtım eksiklikleri, hizmet kalitesindeki eksiklikler yüzünden potansiyelini tam olarak kullanamamaktadır.

Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın 2011 yılında hazırladığı 2023 stratejisine göre, termal turizmde yaşanan eksiklerin giderilmesi, termal bölgelerin tanıtım çalışmalarında kolaylık ve bilinilirlik sağlanması açısından bölgelere ayrılmaktadır. Bunlar (Özgen, 2011: 26):

Güney Marmara Bölgesi: Çanakkale, Balıkesir, Yalova,

Frigya Bölgesi: Afyonkarahisar, Kütahya, Eskişehir, Uşak, Ankara,

Güney Ege Bölgesi: İzmir, Manisa, Aydın, Denizli,

Orta Anadolu Bölgesi: Yozgat, Kırşehir, Nevşehir, Niğde,

Kuzey Anadolu Bölgesi: Amasya, Sivas, Tokat, Erzincan,

Doğu Marmara Bölgesi: Bilecik, Kocaeli,

Batı Karadeniz Bölgesi: Bolu, Düzce ve Sakarya olarak ayrılmaktadır. Bölgeler termal potansiyelin olduğu merkezlere göre değerlendirilerek tanıtım amaçlı ayrılmıştır.

UNESCO tarafından Dünya Miras listesinde yer alan kaplıcaları bünyesinde bulunduran Türkiye, zenginliğini yeterince kullanamayarak hizmet konusunda sıkıntılar yaşamaktadır (Akbulut, 2010: 43, Acayip, 2012: 46). Hizmet eksikliğinin başında, alanında uzman olmayan elemanların çalıştırılması ya da termal tesis ve kaplıcalarda doktorların bulunmaması gelmektedir (Tavşan, 2012: 18). Ayrıca işletmelerin internette tanıtımlarının yer almaması, 12 ay kazanç sağlayabilecekken bazı bölgelerde sezonluk işletilmesi, fiyat almak isteyen müşterinin yabancı dil bilmeyen personelle anlaşmaya çalışması sorun oluşturarak hizmette aksamalara neden olmaktadır (Aksu ve Aktuğ, 2011: 11. Çiçek ve Adveren, 2013: 27-28). Termal turizmi uygulamadaki sorunlar, ikincil sorunlar olarak yer almaktadır. Alt yapı, donanım eksiklikleri, tedaviler için gerekli alet eksiklikleri, tanıtım yetersizlikleri ve diğer turizm türlerinin ön plana alınmasıyla termal turizm göz ardı edilmektedir (Akbulut, 2010: 40).

Türkiye'de bölgesel olarak termal turizmin en fazla geliştiği bölge, Ege bölgesidir. Ulaşım kolaylığı, turizm çeşitliliği ve termal kaynakların kullanımı yönünden Ege bölgesi avantaja sahiptir. Karadeniz Bölgesi ise; günübirlik kullanım uygundur ve termal turizmin tam kullanıma geçememektedir. Rize, Ordu, Samsun, Bolu ve Düzce illerinde bulunan zengin termal kaynaklar, düzgün kullanılamamaktadır. Alt yapı, tanıtım, donanım ve sağlık personeli eksikliği bu bölgeyi termal turizm için kullanabilmeyi engellemektedir (Akbulut, 2010: 46).

Termal turizm konusunda eksiklerin tamamlanması önem taşımaktadır. Termal potansiyelin tam olarak kullanılarak yatırımların arttırılmasıyla birlikte Türkiye'nin gelişeceği görülmektedir.

2.3.1. Bolu'da Termal Turizm

Bolu, Batı Karadeniz Bölgesinde yer almaktadır ve kuzeyinde Zonguldak, doğusunda Karabük ve Çankırı, güneyinde Ankara ve Eskişehir, batısında Bilecik, Sakarya ve Düzce illeri bulunmaktadır. İstanbul ve Ankara'yı birbirine bağlayan ulaşımın merkezindedir (MARKA, 2014: 2).

İklim yönünden bakıldığında; 4 mevsimi bir arada yaşayabilmesi, Karadeniz ve karasal iklim özellikleri arasında geçişle hava sıcaklığı dengesini koruyabilmesi turizm açısından avantaj sağlamaktadır ve alternatif turizm türlerini uygulamaya elverişlidir (Özcan, 2005: 60-70). % 63 ü ormanlık alanla kaplıdır ve düşük sayesinde hastalara sağlıklı ve kaliteli hava sunmaktadır (MARKA, 2014: 16).

Bolu ulaşımın merkezidir ancak ulaşımda sadece karayolu kullanılmaktadır. Deniz olmadığı için deniz yolu ulaşımı yoktur ve dağlar, havayolu ve demir yolu yapımına engel olmaktadır. Ormanlar ve bozulmayan doğası, insanları çekmektedir. Gürültü, trafik ve kalabalık olmadığı için "Tabiatın Kalbi Bolu" sloganıyla yerli turisti doğanın kalbinde, dinlenme, tatil ve tedaviye çekmektedir (Orman ve Su İşleri Müdürlüğü, 2016: 39).

Bulunduğu konum itibariyle Bolu, Kuzey Anadolu Fay hattında yer aldığından; Turizm Bakanlığı, 17/10/1993 tarih ve 21731 sayılı resmi gazetesiyle bölgeyi termal turizm açısından zengin bulmuş ve Termal Turizm Merkezi ilan etmiştir (www.kulturportali.gov, 2018). Termal Turizm Merkezi seçilmesine rağmen Bolu'nun bilinirliği yeterli düzeyde değildir ve tanıtımda eksiklikler yaşanmaktadır. Eksiklikler turistlere yansımakta ve termal potansiyeli olmasına rağmen yatırımcı sıkıntısı çekilmesine neden olmaktadır.

Bolu'da 19 işletme belgeli, 66 mahalli idare belgeli olmak üzere toplam 85 tesis bulunmaktadır. İşletme belgeli tesislerin toplam yatak kapasitesi; 3.550, mahalli idare belgeli tesislerin yatak kapasitesi ise 3.438'dir (www.bolutso.org, 2018). Turizm işletme belgeli tesislerde kalan yerli turist sayısı 443 bin kişidir. Konaklayan yabancı turist sayısı ise; 46 bin kişidir (www.sonsöz.com, 2018). Toplamda 6.988 yatak kapasitesiyle hizmet vermektedir. En fazla suyun çıktığı Karacasu bölgesinin 8.640 kişilik yatak kapasitesine cevap verebilecekken 2.270 yatak kapasitesi

bulunmaktadır. Bölgedeki termal tesisler ve yatak kapasiteleri tablo 9'da verilmiştir(www.bolu.gov, 2018).

Tablo 9. Bolu'nun Termal Tesisleri ve Yatak Kapasitesi

Tesis Adı	Yatak Kapasitesi	Türü	Belgesi
Bolu Termal Otel	154	4 Yıldız	Turizm İşletme B.
Karacasu Küçük Kaplıca Oteli	141	İl Özel İdaresine Ait	Mahalli idareli
Narven Termal Kasaba	7200	Otel ve Devre mülk	Turizm Yatırım B.
Gazelle Resort ve Spa Otel	382	5 Yıldız	Turizm İşletme B.
Bolu Yıldız Otel	78	Otel	Mahalli İdareli
Mudurnu Babas Kaplıcaları	20	Kaplıca	Mahalli İdareli
Sarot Termal Vadi Otel (Mudurnu)	146	Otel ve Devre Mülk	Mahalli İdareli
Seben Pavlu Kaplıcaları	76	Pansiyon	Mahalli idareli

Bolu'nun geceleme ve doluluk oranları tablo 10'da verilmiştir.

Tablo 10. Bolu'nun Geceleme ve Doluluk Oranları

Otel Adı	Yerli Giriş	Yerli Geceleme	Yabancı Giriş	Yabancı Geceleme	Toplam Geceleme	Arz Edilen Yatak Sayısı	Ortalama Doluluk Oranı
Bolu Termal	15106	24734	730	1147	25881	56210	46,04
Gazelle Resort Spa	29881	53128	2876	6698	59826	139430	42,91
Bolu Yıldız	4190	4972			4972	28470	17,46
Karacasu Küçük Kaplıca	7445	13339	353	773	14172	51465	27,54
Mudurnu Babas Kaplıcaları	871	1677	6	28	1705	7300	23,36
Sarot Termal Park Spa Vadi	16149	33333	297	1443	34776	53290	65,26

Seben Pavlu (Akı) Kaplıcası	554	754			754	21900	3,44
Seben Pavlu (Yümnioğlu) Kaplıcası	143	337			337	5840	5,77
Toplam	74339	132334	4262	10089	141332		28,97

Tablo göre Bolu'nun termal tesislerinde yıllık toplam doluluk oranının % 28,97 olduğu görülmektedir. Bolu'nun termal turizm potansiyelinin fazla olmasına rağmen doluluk oranları düşük çıkmaktadır. Bu veriler ışığında, termal turizm yıl boyu yüksek doluluk sağlayan bir turizm türü olmasına rağmen Bolu'nun termal turizm potansiyelinin tam anlamıyla kullanılmadığı söylenebilir. Doluluk oranları verileri İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nden elde edilmiştir.

Narven Termal Kasaba olarak geçen projenin yapımı devam etmektedir. Projeler tamamlanıp inşaatlar bittiğinde yatak kapasitesinin yirmi bini bulacağı tahmin edilmektedir (www.hurriyet.com, 2018). Bölgede termal tesisler ve özellikleri şu şekildedir:

Bolu Termal Otel: Bolu merkezine 5 km uzaklıktaki Karacasu beldesinde 21.000 m²'lik alanda kurulmuş bir tesistir. 42º'lik termal suyu üriner sistem, mide bağırsak, kısırlık, cilt hastalıkları ve romatizmaya iyi gelmektedir. Tesis bünyesinde, masaj hizmetleri(Kadın ve erkek misafirlere cinsiyetlerine göre çalışanlar eşliğinde yapılmaktadır.), sauna, açık ve kapalı havuzlar, hamam ve 3 büyük halı sahası bulunmaktadır. Halı sahaları, uluslararası standartlarda A takımlarını ağırlamaktadır. Bilardo, masa tenisi, langırt ve air hokey ile çocukların aileleriyle birlikte zaman geçirebileceği mini club vardır (www.bolukultur.gov, 2018).

Karacasu Küçük Kaplıca Oteli: Bolu merkezine 5 km uzaklıktaki Karacasu beldesinde Bolu Termal Otel'in yakınında yer almaktadır. 44º'lik termal suyu üriner hastalıklar, karaciğer, mide, bağırsak hastalıkları ve metabolik hastalıklara iyi gelmektedir. Ayrıca kalp ve tansiyon hastalarına zararı olmadığı için düzenleyici etkisi vardır. Tesis bünyesinde, 1 termal havuz, masa tenisi, bilardo, mini futbol, basketbol ve voleybol sahası bulunmaktadır. Çocuklar için çocuk oyun parkı ve aileler için kır bahçesi bulunmaktadır (www.bolukulturturizm.gov, 2018).

Narven Termal Kasaba: Adını Anadolu'daki Karaağaç'tan alan tesis, devre mülk ve oteli bir arada düşünülen projeden oluşmaktadır. 450.000 m²'lik alanda 1200 metre uzunlukta 400 metre genişlikte ve Karacasu bölgesinde ormanlık alanın içerisine kurulmuştur. Büyük kısmı tamamlanan tesisin, kalan kısmında inşaat devam etmektedir. İnşaatı devam eden tesisler; kasaba meydanı, fizik tedavi ünitesi, otel ve kongre merkezi, engelsiz yaşam alanı, evcil hayvan oteli ve amfi tiyatrodur. Sadece termal kasaba olarak değil sağlıklı yaşam alanı olarak planlanmıştır. Tesisin bünyesinde, kadın- erkek havuzları ayrı olup açık ve kapalı termal havuzu bulunmaktadır. SPA, Türk Hamamı, jakuzi, sauna, tuz odaları, kar çeşmesi, macera duşu, buhar odaları, fitness, sıcak yataklar ve güzellik merkezi vardır. Aromaterapi ve kneipp terapileri sağlık kapsamında verilen masaj hizmetlerindendir. Çocuklar için bir tane su kaydırağı, eğlence havuzları ve aktiviteler bulunmaktadır. Masa tenisi, bilardo, voleybol ve basketbol sahaları bulunmaktadır. Yaz ve kış dönemine göre yapılan aktivitelerle; okçuluk, ebru sanatı, ahşap boyama kursları verilmektedir. Termal suyun sıcaklığı 42º olup ortopedik rahatsızlıklarda, stres bozukluklarında, nefes darlığı, kalp ve tansiyon hastalıklarına iyi gelmektedir (www.narven.com, 2018).

Gazelle Resort ve SPA Oteli: 17.000 m²'lik alan üzerine kurulan tesisin, 800 m²- 2 km ye kadar olan kısmı orman içerisindedir. Ormanlık alanda yürüyüş ve trekking parkuru bulunmaktadır. SPA konseptiyle kurulduğu için tesisin en büyük bölümü SPA merkezine ayrılmıştır. Tesis bünyesinde, 5000 m²'lik bir alanda SPA merkezi, fitness merkezi, tenis kortu, voleybol sahası ve basketbol sahası vardır. ATV kiralama ücretlidir ve isteğe göre doğa gezilerinde kullanılmaktadır. Yoga, pilates ve meditasyon aktiviteleri ücretlidir ve tercihe göre sunulmaktadır. SPA merkezine ayrılmış kısımda, açık-kapalı havuzlar, hamam, jakuzi, kristal sauna, kadın sauna, kadın havuzu, terapi odaları, buz odası, buhar odası, macera duşu ve dinlenme odaları bulunmaktadır. Tesis, Karacasu bölgesinde bulunmasına rağmen havuzlarda kullanılan suyu termal değildir. SPA ve Welness kapsamında, klasik masajlar, İsveç masajı, kum terapisi, saman terapisi, Thai masajı, Bio sauna, Bali masajı, uzak doğu masajları, özel bakımlar ve cilt bakımı verilmektedir. Çocuklar için bir tane çocuk havuzu ve ailelerinin gözetiminde oynayacağı mini club vardır.

Bolu Yıldız Otel: Şehir merkezine 5 km uzaklıkta olan tesis, Karacasu bölgesinde bulunmaktadır. Termal Otel ve Küçük Kaplıca Oteline yakındır. Otel bünyesinde halı saha olmamasına rağmen halı saha kullanmak isteyenler için halı saha kullanım imkanı bulunmaktadır. Daha çok A takımı futbolcularını ağırlamaktadır. Çocuklar için oyun parkı vardır. 2014'te otel el değiştirerek yenilenmiştir. 2014 yılına kadar otelde termal havuz, banyo olmadığı için yenilenme sırasında 4 adet jakuzili termal oda eklenmiş ve misafirlere termal hizmetler ekstra ücret karşılığında verilmektedir. Ormanın içinde oluşuyla, doğa yürüyüşü ve misafirlerin dinlenmesine uygundur. Sosyal aktiviteler mevsime göre düzenlenmektedir.

Mudurnu Babas Kaplıcaları: Mudurnu ilçesine 5 km uzaklıktadır. Termal suyun sıcaklığı 37-42º arasında değişmektedir. Metabolizma hastalıklarına, romatizma ve böbrek rahatsızlıklarına iyi gelmektedir. Bölgede eski uygarlıklar döneminde termal turizm kullanıldığı için bölgenin termal kaynağı ve termal suyun debisi fazladır Termal suyu, içme şeklinde kullanılabilmektedir. İçme şeklinde kullanıldığında karaciğer ve safra rahatsızlıklarını iyileştirmektedir. Bölgenin termal potansiyeli vardır ancak kullanılamamaktadır. 3.000 yatak kapasitesine sahip bölgenin tek tesisidir ve 18 yatak kapasitesine sahiptir. Spor aletleri ve çocuklara yönelik park bulunmamaktadır.

Sarot Termal Vadi Otel: Mudurnu'dan 30 km ileride bir köyün içerisinde yer alan tesis, otel ve devre mülk şeklinde projelendirilmiştir. Termal suyu, acı olduğu için diğer termal kaynak sularından ayrılmaktadır. Termal suyun, sıcaklığı 66ºc olup böbrek, idrar yolu rahatsızlıkları ve romatizmaya iyi gelmektedir. 8500 m^2'lik bir alanda konumlandırılarak 2 etaptan oluşmaktadır. Devre mülkler tamamlanmıştır. Ancak otelin yapımı devam etmektedir. Bünyesinde, erkek ve kadın termal havuz kullanımı ayrıdır ve açık-kapalı havuzlar bulunmaktadır. Türk hamamı, sauna, jakuzi, şok havuzu(sadece erkekler bölümünde), özel aile havuzu(ücretli), çocuk havuzu ve fitness center vardır. Klasik masaj, İsveç masajı, Aromaterapi, ayak ve sırt masajı, Bali masajı, Doris SPA masajı, Bronz masajı, relax masajı, sport masajı, kese-köpük masajı ile cilt bakımı ve parafin kürü hizmetleri verilmektedir. Mudurnu ve Tarihi, kültürel ve doğal güzelliklere geziler düzenlemektedir. Masa

tenisi, bilardo ve çocuklar için ailelerinin gözetiminde oynayabilecekleri mini club bulunmaktadır.

Seben Pavlu Kaplıcaları: Seben ilçesine 14 km uzaklıkta bir köyde bulunmaktadır. Yakın olduğu köy Kesenözü olduğu için daha çok bu isimle anılmaktadır. Kaplıcaların arsası iki ayrı kişiye ait olduğu için arsaya 2 tesis halinde konumlandırılmıştır ve 4 hamamı bulunmaktadır. Yapılan araştırmalarda termal su sıcaklığı beş değişik sıcaklıkta çıkmaktadır. 4 hamamda toplam 5 havuzu bulunmaktadır. 26º, 60º, 68º, 74º ve 78º olarak ölçülmüştür (www.bolukulturturizm.gov, 2018). Mide rahatsızlıklarına, dolaşım bozukluklarına, safra kesesi ve solunum yolu rahatsızlıklarına iyi gelmektedir. Mineraller açısından oldukça zengindir. Çocuklar için park ve spor alanları bulunmamaktadır.

Karacasu bölgesinde konaklama tesislerinin dışında Sağlık Bakanlığı'na ait toplam 250 yataklı iki tane Fizik Tedavi ve Rehabilitasyon hastanesi bulunmaktadır (www.kulturportalı.gov, 2018). 2016 yılında Sağlık Bakanlığı, termal tedavi alması gereken hastalara yönelik yaptığı düzenleme ile hasta ve yakınlarına kolaylık sağlayarak termal turizme katılımı arttırmayı planlamıştır. Bu planlama ile termal tedavi görmesi gereken hastaların ve yakınlarının konaklama ücretleri, yol masrafları karşılanmaktadır. Doktor sevkiyle giden hastalar, ücret ödemeden tedavi almaktadır. Sağlık Bakanlığı'nın seçmiş olduğu, işletme izni olan tesislere gidilmesi yeterlidir. Planlama içerisine alınan kurum ve oteller; Termal Otel, merkez ve İzzet Baysal Fizik Tedavi ve Rehabilitasyon hastaneleri, Gazelle Otel ve Sarot Termal Vadi'dir (www.bolueksprès.com, 2018).

Bilgili (2013)'nin Bolu'da yatırımcılar üzerine yaptığı çalışmasında, yatırımcılara Bolu ili hakkındaki yatırım fikirleri sorulmuştur. Yatırımcılar, alt yapı hizmetlerinin eksiklerinin tamamlanmasını istediklerini ve Bolu'nun sağlık turizmi için uygun olduğunu belirtmişlerdir. Termal kaynak potansiyelinin değerlendirilmesini ve mimari değişimlere sıcak baktıklarını, Karacasu bölgesinin yatırıma uygun olduğunu ifade etmişlerdir. Ancak Mudurnu ve Taşkesti'ye yatırım konusuna sıcak bakmamışlardır. Ulaşım konusunda büyük şehirlere yakınlığını olumlu bulmalarına karşılık yakınlık günübirlik kalışı destekleyeceği için ürün çeşitlendirerek turist çekmenin doğru olacağını belirtmişlerdir. Yatırımcılara, sadece hastalara hitap etmek isteyip istemedikleri sorulduğunda; tam anlamıyla sağlık

turistini ağırlamak istediklerini ve yalnızca hastaların gelmesine sıcak bakmadıklarını belirterek Bolu'nun sağlık kenti olması konusunda istekli cevap vermişlerdir (Bilgili, 2013: 19-43).

3. BÖLÜM

BOLU İLİNİN TERMAL TURİZM POTANSİYELİ VE TERMAL TURİST PROFİLİNİN ANALİZİ

3.1. ARAŞTIRMA PROBLEMİ

Dünyada sağlık turizminin giderek önem kazandığı ve ülkelerin sağlık turizmi potansiyellerini değerlendirmeye çalışarak önemli bir ekonomik kaynak elde etmeye çalıştıkları ve bu alanda rekabetin arttığı görülmektedir. Ülkelerin çekicilikleri, tanıtımları, paketleri ya da uyguladıkları hedeflerin rekabeti arttırdığı görülmektedir. Fransa gelişmiş tedavi şekilleriyle, Rusya termal tesis donanımıyla, Bulgaristan fiziksel yapısıyla ve Macaristan termal potansiyeli ile bu yarışta önde olmak için çabalamaktadır(Çelik, 2009: 38. Gündüz, 2015: 12. Özgen, 2015: 22).

Termal turizm, sağlık turizmi kapsamında değerlendirilen bir turizm türü olarak Dünya'da ve Türkiye'de önemli bir ekonomik değer ürettiği görülmektedir. Türkiye, coğrafi olarak; Alp-Himalaya Kuşağı'nda yer alarak Dünya'nın en uzun kuşağı olarak ünlenen kuşağın içinde bulunduğu için Dünya çapında dikkat çeken doğal termal su kaynaklarına sahiptir (Tokmak, 2015: 46). Bu termal su kaynakları içerdikleri maddeler ve kimyasal özellikleri açısından olduğu kadar doğal olduğu için de şifalıdır. UNESCO Dünya Mirasında şifa yönüyle yer almıştır. Sahip oldukları debileri, miktarları açısından Dünya'da dikkat çekmektedir (Akbulut, 2010: 43. Acayıp, 2012: 46). Bolu ilinin de Türkiye içerisinde termal su kaynaklarına sahip bölgeleri açısından en zengin illerden birisi olduğu görülmektedir. Bolu ilinin çok zengin termal su kaynaklarına ve termal turizm tesislerine sahip olmasından dolayı termal turizm potansiyelinden söz etmek mümkündür. Bolu ili zengin bir termal turizm potansiyeline sahip olmasına rağmen bu potansiyelinden yeterince faydalanamadığı, tanıtılamadığı, hak ettiği düşünülen büyüklükte bir ekonomik gelire dönüştüremediği görülmektedir. Sahip olduğu potansiyelini; termal tesislerin hizmet kalitesi, tanıtım, yatırım azlığı ve donanım eksiklikleri nedeniyle yeteri kadar kullanamamaktadır (Bilgili, 2013: 11). Bolu'nun termal su kaynakları açısından ve termal turizm tesisleri açısından potansiyelinin ortaya konulması ve sahip olunan termal turizm tesislerine gelen turistlerin memnuniyet düzeylerinin ne olduğu ve bu

memnuniyet düzeylerini etkileyen faktörlerin neler olduğunun tespit edilmesi gerekmektedir. Bu bilgiler ışığında, Bolu'daki termal turizm yatırımcılarına, yerel ve merkezi yönetime termal potansiyelin turizm gelirine dönüştürülmesi ve mevcut tesislerin kullanılarak turizm gelirlerinin arttırılması için gerekli öneriler sunulmuştur.

Bu çalışma ile Bolu ilinin termal turizm potansiyeli, Bolu iline gelen termal turistlerin profili ve turistlerin termal turizm tesislerinden memnuniyet düzeyleri ortaya konulmuştur. Termal turistlerin termal turizm tesislerinden memnuniyetlerini etkileyen demografik faktörlerin neler olduğu tespit edilmiştir. Böylece Bolu ilindeki termal turizm yatırımcılarının hedef pazar seçiminde faydalanacakları verilerin üretilmesi amaçlanmıştır.

3.2. ARAŞTIRMANIN AMACI

Bolu, termal potansiyeli, iklimi ve konumuyla termal turizmde fark yaratabilecek bir ildir. Ancak donanım ve tanıtım eksiklikleri, hizmette yaşanan aksaklıklar ve yatırımcı bulma sorunu Bolu'nun termal turizmde bilinirliğini ve termal turizmde gelişimini engellemektedir. Bu yüzden çalışmanın amacı, Bolu'da bulunan termal turizm potansiyelinin gelişmesi açısından Bolu'ya gelen termal turist profilini ortaya koyarak turistlerin memnuniyet düzeyine göre termal turizm eksikliklerini giderecek çözüm ve öneriler sunmaktır. Çalışmada, Bolu'nun termal turizminin gelişmesi kapsamında, termal tesislerde bulunan eksiklikler ortaya koyularak turistlerin memnuniyetini yükselten özelliklerin arttırılabilmesi için bilgiler ve öneriler sunulmuştur. Bu çalışmanın istatistik yöntemlere test edilecek hipotezleri şöyle tespit edilmiştir;

H_1: Bolu'nun termal turizm tesislerini ziyaret eden turistlerin memnuniyetleri cinsiyetlerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H_2: Bolu'nun termal turizm tesislerini ziyaret eden turistlerin memnuniyetleri medeni durumlarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H_3: Bolu'nun termal turizm tesislerini ziyaret eden turistlerin memnuniyetleri Bolu ilindeki termal tesisleri bilip bilmemesine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H_4: Bolu'nun termal turizm tesislerini ziyaret eden turistlerin memnuniyetleri yaşa göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H_6: Bolu'nun termal turizm tesislerini ziyaret eden turistlerin memnuniyetleri eğitim durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H_7: Bolu'nun termal tesislerini ziyaret eden yerli turistlerin memnuniyetleri mesleklerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H_8: Bolu'nun termal tesislerini ziyaret eden turistlerin memnuniyetleri gelirlerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

3.3. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ

Termal turizm, ülkelerin ve yatırımcıların çok tercih ettiği bir turizm türüdür. Tercih edilmesinin nedeni; 12 ay boyunca turizm yapabilme imkanı sunması, tesislerde yüksek doluluk oranına ulaşılabilmesi, işsizlere istihdam sağlayarak ekonomik kazancının yüksek olması ve termal tesislerin kısa sürede maliyetini geri ödeyen işletmeler olmasından kaynaklanmaktadır. Bolu'daki termal kaynak potansiyelinin fazlalığı düşünüldüğünde; gelen termal turistin tesislerin hizmetinden memnuniyetinin bilinmesi, termal turizmde ilerlemeyi ve tesislerin devamlılığını sağlayacağı için önem taşımaktadır. Çalışmada;

1. Bolu'nun termal tesislerinin ve turizm potansiyelinin gelişmesi daha önce yapılmamış bir araştırmayı ortaya koyduğu için,
2. Gelecekte termal turizmin Bolu'da gelişmesini sağlayacak önerilerde bulunduğu için,
3. Bolu'daki termal termal tesislerin gelişip tanıtılmasına yönelik öneriler sunduğu için,
4. Termal turizm konusunda araştırma yapmak isteyen araştırmacılara rehber olacağı ve akademik literatüre katkı sağlayacağı için önem taşımaktadır.

3.4. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Çalışma, üç bölümden oluşmaktadır. Çalışmanın ilk ve ikinci bölümlerinde literatür araştırması yapılarak ulaşılan veriler ışığında mevcut durum ortaya

konulmuştur. İlk bölümde sağlık turizmi kavramı anlatılmış ve ikinci bölümde termal turizm kavramı açıklanmıştır.

Üçüncü bölüm, uygulama bölümüdür ve Bolu'ya gelen yerli termal turistin memnuniyet düzeyini ölçmek için yapılan anket ve analizler açıklanmıştır. Kavramsal çerçeve çalışmadaki bilgileri, uygulama kısmı verilerin analizlerle değerlendirilmesini ortaya koymuştur.

Çalışmada, Bolu iline gelen termal turistin termal tesislerden memnuniyet düzeyleri hakkında bilgi toplamak ve toplanan bilginin analizini yapmak amaçlanmıştır. Analiz edilen orijinal verilerin toplanması için geliştirilmiş yöntemler uygulandığı için teorik değil uygulamalı bir çalışmadır. Belirli bir konu hakkında bilgi toplama ve toplanan verilerin analiz edilmesiyle güncel sorunlara çözüm önerileri aramayı amaçladığından amaç ve düzey yönünden uygulama araştırmaları kapsamında değerlendirilmektedir(Dinler, 2000: 10. Temizkan, 2005: 52).

3.4.1. Evren ve Örneklem

Evren, Araştırma sonuçlarının genelleyerek araştırma kapsamı içerisinde saydığı bir takım ortak özellikler bütünü, ana kütle, yığın, toplum olarak tanımlanmaktadır (Ural ve Kılıç, 2013: 31).

Örneklem, araştırma evreni içerisinden amaca uygun herhangi bir yöntemle seçilen ve evreni temsil yeteneğine sahip birimler veya elemanlar kümesi şeklinde tanımlanmaktadır (Ural ve Kılıç, 2013: 33).

Çalışmanın evrenini, 2018 yılında Haziran-Ekim ayları arasında Bolu ilinde termal turizme katılmış termal turistlerin tamamı oluştururken; örneklemi 2018 yılında Haziran-Ekim ayları arasında Bolu ilinde termal turizme katılmış basit tesadüfi yöntemle seçilen 450 termal turistten oluşmaktadır. Basit tesadüfi yöntemin seçilmesinin nedeni ankete cevap veren herkesin örnekleme dahil edilebilmesidir (Coşkun, Altunışık ve Yıldırım, 2015: 132-133).

Araştırma evreninin 75.000-100.000 birimden oluştuğu durumlarda örneklem büyüklüğü 384 birim olarak belirlenmektedir (Altunışık, Bayraktaroğlu ve Yıldırım, 2017: 137). Bu rakam en alt değeri vermektedir. Hatalı ve boş anketler düşünülerek

tekrar verilere ulaşmanın zor olması nedeniyle 450 örneklemin seçilmesine karar verilmiştir. İstatistiksel açıdan % 95 güvenirlik ve (+/- 5 hata payı ile) 1000'den çok eleman içeren evrenden en az 384 elemanın seçilmesi gerektiğinden, örneklem sayısı yüksek düzeyde tatmin edicidir (Coşkun vd., 2015: 132-133).

3.4.2. Veri Toplama Tekniği ve Araçları

Araştırmada, birincil ve ikincil veriler kullanılmıştır. İkincil veriler, literatürde yer alan tezler, makaleler ve Turizm Bakanlığı verilerinden yararlanılmıştır. Çalışmanın konu bütünlüğünü anlamak ve ilişki kurma konusunda ikincil veriler önem taşımaktadır. Birincil veriler ise çalışmanın anket kısmını oluşturmaktadır.

Çalışmada Bolu'ya gelen termal turistlere 36 soruluk anket uygulanmıştır. Anket formu iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde, ankete katılanların demografik özelliklerini belirlemek için 15 soru sorulmuştur. İkinci bölümde, turistlerin termal tesislerden memnuniyet düzeyini ölçmek için 5'li likert ile derecelendirilmiş 21 sorudan oluşan ölçek kullanılmıştır.

3.4.3. Memnuniyet Ölçeği

Çalışmada kullanılan ölçek, memnuniyet ölçeği olarak isimlendirilmiştir. Turizm potansiyelini boyutlara indirgeyerek turistlerin memnuniyeti ölçülmüştür. Bolu iline gelen termal turistlerin memnuniyetinin ölçüldüğü ölçek hazırlanırken likert bölümde yer alan sorular, Parasurman ve arkadaşlarının SERVQUAL ölçeğinde bulunan hizmet kalitesinin boyutlarından faydalanılarak hazırlanmıştır ve farklı tez ve makalelerde yer alan ifadeler, Bolu ili termal tesislerine göre uyarlanmıştır. Ölçek hazırlarken üç farklı makaleden yararlanılmıştır. Ali Eleren (2007)'in, Ömer Okan Fettahlıoğlu, Mehmet Polat ve Sevda Demir (2016)'in, Cansel Can Akgül (2014)'ün çalışmalarında kullandığı, SERVQUAL ölçeğinin geliştirilerek kullanıldığı ölçeklerden alınarak oluşturulmuştur. Araştırmada faydalanılan Eleren'in makalesinde; SERVQUAL yöntemle geliştirdiği ölçek, Afyonkarahisar'da üç termal turizm işletmesinde hizmet alan 422 müşteriye uygulanmıştır. Ölçekteki sorular, beş boyutta toplanmıştır. Çalışma sonucunda, geliştirilen hizmet kalitesi temelli

performans modeli, SERVQUAL ölçeğin beş boyutuna yakın çıkmıştır ve ölçeğin Afyonkarahisar ilindeki termal otellerin müşterilerine uygulanarak hizmet kalite algılarının ölçümünde kullanılabileceği ortaya koyulmuştur (Eleren, 2007: 417). Araştırmada faydalanılan Ömer Okan Fettahlıoğlu, Mehmet Polat ve Sevda Demir (2016)'in makalesinde; SERVQUAL ölçeği, Kahramanmaraş'taki 4 yıldızlı ve 73 odalı bir otel işletmesinden hizmet alan 93 müşteriye uygulanmıştır. Müşterilerin otelden aldıkları hizmet kalitesi ölçülmüştür. Çalışmanın sonucunda, müşterilerin bekledikleri hizmet ile algıladıkları hizmet arasında farklar bulunmuştur. Boyutlara göre, en fazla farkın Empati(-0,3348), Güven(-,3075), Heveslilik(-0,1846), Fiziksel Özellikler(-0,1693) ve Güvenilirlik(-0,1169) sıralamasıyla ortaya çıkmıştır. Müşterilerin, otelden bekledikleri hizmeti bulamadıkları ortaya koyulmuştur(Fettahlıoğlu vd., 2016: 859). Araştırmada faydalanılan Akgül'ün yüksek lisans tezinde, SERVQUAL hizmet kalitesi ölçeğinden geliştirerek hazırladığı ölçek Balıkesir Gönen'de termal işletmelerde konaklamış 425 kişiye uygulanmış olduğu görülmüştür. Çalışmanın sonunda, termal otel işletmelerinde müşterilerin algıladıkları hizmet kalitesinin alt boyutları Fiziksel İmkanlar ve Yeterlilik boyutlarında müşteri memnuniyetini etkilediği ortaya çıkmıştır.

Parasurman ve arkadaşlarının oluşturduğu boyutlar, Fiziksel özellikler, Güvenilirlik, Heveslilik, Güvence ve Empatidir. Bunlar(Gümüşoğlu, Pırnar, Akan ve Akbaba, 2007: 131-132):

Fiziksel Özellikler: Tesisin fiziksel özellikleri, ekipmanları, hizmet ve çalışanların giyimi, iletişim ve tesisin mimarisi fiziksel özellikler kapsamında değerlendirilmektedir.

Güvenilirlik: Tesiste yaşanan sorunu işletmenin çözebilmesi, verdiği hizmetleri doğru ve eksiksiz şekilde müşteriye ulaştırabilmesi güvenilirlik özelliği kapsamında değerlendirilmektedir. Güvenilirlik hizmeti sunulduğunda bitmeyerek devam etmektedir.

Heveslilik: Müşterilerin aldığı hizmeti; hızlı ve doğru şekilde alması, çalışanların müşterilerin isteklerine duyarsız kalmaması ve çalışanların müşterilere hevesli ya da istekli bir şekilde yardım etmesidir.

Güvence: Çalışanların yaptıkları iş alanında bilgi, beceri ve yeteneğinin bulunup müşterinin sorduğu soruları cevapsız bırakmaması, bilgi becerileriyle müşteride güven yaratabilmesi ve müşteriye karşı nezaketi güvence özelliği kapsamında değerlendirilmektedir.

Empati: Çalışanların iletişim becerisinin yüksek olması ve çalıştığı işletmeden hizmet almak ister gibi çalışarak kendilerini müşterinin yerine koyabilmesidir.

Çalışmada kullanılan anketin ilk bölümü (1-15. sorular) demografik özellikler ve Bolu'ya gelen turistlerin fikirlerinin alındığı sorulardan oluşmaktadır. Araştırmalarda kullanılan demografik özellik sorularına göre Bolu'ya dair uyarlanmıştır.

Çalışmada, kullanılan anketin likert bölümünde yer alan soruların boyutlara göre hangi araştırmadan faydalanılarak uyarlandığı belirtilmiştir. Ankette fiziksel özellikler boyutunda yer alan sorular şu şekildedir:

16. Bolu ilindeki termal tesisler modern görünüme sahiptir. (Fettahlıoğlu vd., 2016: 856)

17. Bolu ilindeki termal tesislerde sağlık personeli sayısı yeterlidir. (Eleren, 2007: 406. Akgül, 2014: 129)

18, 19,20, 21, 22 ve 23.sorular Bolu ilindeki termal tesislerde çocuk ve yetişkinler için spor, eğlence ve animasyon imkanları yeterlidir. (Eleren, 2007: 406. Akgül, 2014: 129)

24. Bolu ili termal tesislerinin termal havuz hizmetleri yeterlidir. (Akgül, 2014: 129)

Ankette güvenilirlik boyutunda yer alan sorular şu şekildedir:

25. Bolu ilindeki termal termal tesislerde hizmetler söz verilen sürede sunulur. (Fettahlıoğlu vd., 2016: 856)

26. Bolu ili termal tesislerde gerçekleştirilmeyecek vaatlerde bulunulmaz. (Fettahlıoğlu vd., 2016: 856)

27. Bolu ilindeki termal tesislerde çalışanlar sağlık alanında bilgilidir. (Akgül, 2014: 129)

Ankette heveslilik boyutunda yer alan sorular şu şekildedir:

28. Bolu ilindeki termal tesislerde odalar söz verilen sürede hazırlanmaktadır. (Eleren, 2007: 407)

29. Bolu ilinde termal tesislerde çalışanlar nazik ve saygılıdır. (Eleren, 2007: 407. Akgül, 2014: 129)

30. Bolu ilinde termal tesislerde çalışanlar misafirlere yardım etmeye isteklidir. (Akgül, 2014: 129)

Ankette güven boyutunda yer alan sorular şu şekildedir:

31. Bolu ilinde termal tesislerde temizlik ve hijyen kurallarına dikkat edilmektedir. (Eleren, 2007: 407)

32. Bolu ilindeki termal tesislerde çalışanların davranışları tutarlıdır. (Eleren, 2007: 407. Akgül, 2014: 129)

Ankette empati boyutunda yer alan sorular şu şekildedir:

33. Bolu ilindeki termal tesisler misafirlerin dilek ve şikayetlerine karşı duyarlıdır. (Eleren, 2007: 407. Akgül, 2014: 129)

34. Bolu ilindeki termal tesislerde çalışanlar misafirlerle iyi iletişim kurabilmektedir. (Eleren, 2007: 407. Akgül, 2014: 129)

Ankette yer alan son iki soru müşterilerin memnuniyetine bağlı olarak Bolu ilindeki termal tesislere tekrar gelme niyetini ölçmektedir.

Çalışmanın ön testi, 25 Haziran- 25 Temmuz 2018 tarihinde yapılmıştır. Asıl uygulama, çalışmada bulunan otellerde Ağustos-Ekim aylarında yüz yüze gerçekleştirilmiştir. Bazı otellere birkaç kez gidildiğinden uygulama süresi uzamıştır. Anketler, misafirlerin havuzda ya da dinlenme salonlarında dinlenirken, spor salonlarında spor yaparken ve çay bahçelerinde sohbet ederken doldurtulmuştur. Anket doldurulduğu sırada, termal turizmle ilgili müşterinin sormak istediği sorulara cevap verilmiştir.

3.4.4. Kapsam ve Sınırlılıklar

Fizik Tedavi hastanelerinin hizmetlerinden faydalananların Bolu'da ikamet eden ve günübirlik olarak tedavi seansları için hastaneye gelen insanlar olduğu düşünülerek Fizik tedavi hastaneleri araştırma kapsamı dışında bırakılış ve termal turizm konaklama tesislerini kullanan ziyaretçiler araştırma kapsamına alınmıştır. Anket formunda yer alan Borvo Termal Otel, iki kez gidilmesine rağmen müşterisinin olmaması nedeniyle anket uygulanamamıştır. İflas ederek el değiştirdiği öğrenilmiş ve açılışı çalışma sürecinde yapılmadığı için çalışma kapsamından çıkartılmıştır.

3.4.5. Verilerin Analizi

Çalışmada, Bolu iline gelen termal turistin termal turizmden memnuniyetini ve termal turist profilini ölçmeye yönelik uygulanan anketlerden elde edilen veriler IBM SPSS 18 istatistik paket programına girilmiş ve araştırmanın amacına uygun olarak analiz edilmiştir. Değerlendirilen verilere bulgular bölümünde verilmiştir.

Uygulanan ölçeğin güvenilirlik geçerlilik analizi yapılmıştır. Likert ifadelerin Cronbach Alpha katsayısının 0,92 olduğu belirlenmiştir. Veriler % 95 güven aralığında ve % 5 anlamlılık düzeyinde değerlendirilmiştir. Ölçeğin güvenilir olması için en az 0,70 değeri alması gerekmektedir. Çalışmada kullanılan ölçeğin güvenilir olduğu ortaya konmuştur.

Verileri analiz ederken değişkenler arasındaki ilişkinin yönünü ve şiddetini belirlemek için Korelasyon analizi, gruplar arası farklılığı ölçmek için T testi, One-Way ANOVA (tek yönlü varyans analizi) ve faktör analizi kullanılmıştır. Katılımcılara ilişkin demografik özellikleri ortaya koymak için frekans ve yüzdelik dağılımdan yararlanılmış ve tablolarla betimlenmiştir.

3.5. BULGULAR VE YORUMLAR

3.5.1. Demografik Özelliklere İlişkin Bulgular

Bolu'da termal turizme katılmış termal turistlerin demografik özelliklerine ilişkin bilgilerin frekans dağılımı tablo 11'de gösterilmiştir.

Tablo 11. Bolu'ya Gelen Termal Turistlerin Demografik Özellikleri

Değişken	Frekans	%
Cinsiyet		
Erkek	211	46.9
Kadın	239	53.1
Yaş		
18-30	154	34.2
31-40	115	25.6
41-50	86	19.1
51-60	50	11.1
61- +	45	10.0
Eğitim Durumu		
İlköğretim	23	5.1
Lise	189	42.0
Ön lisans	35	7.8
Lisans	178	39.6
Yüksek Lisans/DR	25	5.5
Medeni Durum		
Bekar	166	36.9
Evli	284	63.1
Gelir		
Asgari Ücret Altı	44	9.8
Asgari Ücret	38	8.4
Asgari Ücret-3000	162	36.0
3000-5000	124	27.6
5000-+	82	18.2

Ankete katılan 450 kişinin % 53.1'i kadın, % 46.9'u erkektir. %34.2'si 18-30, %25.6'sı 31-40, %19.1'i 41-50, %11.1'i 51-60 ve %10'u 61 ve üzeri yaş aralığındadır. % 42'si lise mezunu, % 39.6'sı lisans mezunu, % 7.8'si ön lisans mezunu, % 5.5'i lisansüstü mezunu veya eğitimine sahip ve % 5.1'i ilköğretim mezunudur. % 63.1'i evli ve % 36.9'u bekardır. % 36'sı asgari ücret-3000 TL, % 27.6'sı 3000-5000 TL, % 18.6'sı 5000 TL ve üzeri, % 9.8'i asgari ücret altı ve % 8.4'ü asgari ücret gelire sahiptir. Bolu ilindeki termal tesisleri ziyaret eden turist profiline bakıldığında; gençlerin ağırlıkta olduğu görülmektedir. Çalışma, termal

turizm alanında yapılmış çoğu araştırmaya göre farklılığının nedeni genç katılımın yüksek olmasıdır.

Bolu'da termal turizme katılmış termal turistlerin meslekleri tablo 12'de verilmiştir.

Tablo 12. Bolu'ya Gelen Termal Turistlerin Meslekleri

Meslekler	**Frekans**	**%**
Öğrenci	89	19.8
Ev Hanımı	84	18.7
Özel Sektör	81	18.0
İş Yeri Sahibi	46	10.2
Öğretmen	32	7.1
Emekli	32	7.1
Sporcu	17	3.8
İşçi	11	2.4
Akademisyen	8	1.8
Doktor	6	1.3
Memur	4	0.9
Diğer	4	0.7
Mühendis	3	0.7
Antrenör	3	0.7
Eczacı	3	0.7
Berber	2	0.4
Psikolog	2	0.4
Basketbol Menejeri	2	0.4
Hemşire	2	0.4
Gümrük Müşaviri	2	0.4
Laborant	2	0.4
Kamu Yönetimi	1	0.2
Tercüman	1	0.2
Diyetisyen	1	0.2
Mimar	1	0.2
Endüstri Mühendisi	1	0.2
Ekonomi/Yönetici	1	0.2
Pimapenci	1	0.2
Müzisyen	1	0.2

Ankete katılanların % 19.8'i öğrenci, % 18.7'si ev hanımı, % 18'i özel sektör çalışanı, % 10.2'si iş yeri sahibi, %7.1'i öğretmen ve emekli, % 3.8 sporcu, %2.4 işçi %1.8'i akademisyen, %1.3'ü doktor ve diğer mesleklerde çalışmaktadır. Mesleklere bakıldığında, özel sektör çalışanı, öğrenci ve ev hanımlarının çoğunlukta olduğu görülmektedir. Öğrencilerin ankete katıldıkları dönemde okullarının tatilde olması,

ev hanımlarının istedikleri zamanı tatile ayırabilmeleri ve özel sektör çalışanlarının izin alırken kendi planlarını yapabilmelerinin etkili olduğu söylenebilir.

Bolu'da termal turizme katılmış termal turistlerin konakladıkları otellere göre dağılımı tablo 13'de verilmiştir.

Tablo 13. Bolu'ya Gelen Termal Turistlerin Konakladıkları Oteller

Oteller	**F**	**%**
Narven Termal Kasaba	150	33.3
Gazelle Resort SPA Otel	50	11.1
Küçük Kaplıca Oteli	50	11.1
Termal Otel	50	11.1
Yıldız Otel	40	8.9
Sarot Termal Vadi	50	11.1
Babas Kaplıcaları	30	6.7
Pavlu Kaplıcaları	30	6.7

Ankete katılanların % 33.3'ü Narven Termal Kasaba'da, % 11.1'i Bolu Termal Otel, Gazelle Resort SPA Otel, Karacasu Küçük Kaplıca Oteli ve Sarot Termal Vadi'de, % 8.9'u Bolu Yıldız Otel'de, % 6.7'si Mudurnu Babas ve Seben Pavlu Kaplıcaları'nda konaklamıştır.

Bolu'da termal turizme katılmış termal turistlerin Bolu'da termal tesis olduğunu bilip bilmedikleri sorulmuştur ve dağılım tablo 14'de verilmiştir.

Tablo 14. Bolu'ya Gelen Termal Turistlerin Bolu'da Termal Tesis Olduğunu Bilip-Bilmemesi

		F	**%**
Bolu ilinde termal tesis olduğunu biliyor muydunuz?	Evet	281	62.4
	Hayır	169	37.6
Termal turizm hakkında bilginiz var mı?	Evet	270	60
	Hayır	180	40

Ankete katılanların % 62.4'ü Bolu'da termal tesis olduğunu bildiğini, %37.6'sı bilmediğini ifade etmiştir. Termal turizm hakkında bilgisi olduğunu düşünenler % 60 olmasına karşılık % 40'ı termal suyun nelere iyi geldiği, nasıl kullanılması gerektiğini bilmediğini ifade etmiştir.

Bolu'da termal turizme katılmış termal turistlerin geldikleri şehirlere göre dağılımı tablo 15'de verilmiştir.

Tablo 15. Bolu'da Termal Tesislerde Konaklayan Termal Turistlerin Geldikleri İller

İller	Frekans	%
İstanbul	141	31.3
Ankara	123	27.3
Düzce	31	6.9
Sakarya	22	4.9
İzmit	22	4.9
İzmir	11	2.4
Zonguldak	10	2.2
Bursa	7	1.6
Adana	6	1.3
Balıkesir	5	1.1
Bartın	5	1.1
Kırşehir	5	1.1
Kayseri	5	1.1
Mersin	4	0.9
Karabük	4	0.9
Gaziantep	4	0.9
Tekirdağ	4	0.9
Tokat	4	0.9
Kütahya	4	0.9
Denizli	3	0.7
Eskişehir	3	0.7
Malatya	3	0.7
Manisa	3	0.7
Edirne	2	0.4
Van	2	0.4
Isparta	2	0.4
Kastamonu	1	0.2
Konya	1	0.2
Muğla	1	0.2
Şanlıurfa	1	0.2
Yozgat	1	0.2

Ankete katılanların% 31.3'ü İstanbul, % 27.3'ü Ankara, % 6.9'u Düzce, % 4.9'u İzmit ve Sakarya'dan gelmiştir. Turistlerin geldikleri illere bakıldığında, Bolu termal turizmde daha çok yakın illerden tercih edilmiştir.

Bolu'da termal turizme katılmış termal turistlerin termal turizme kimin tavsiyesine göre katıldıkları ve dağılımı tablo 16'da verilmiştir.

Tablo 16. Bolu'ya Gelen Termal Turistlerin Termal Turizme Dair Tercihleri

Sorular	F	%
Termal tesise kimin tavsiyesi ile geldiniz?		
Akraba/Arkadaş	296	65.8
İnternet Sitesi	51	11.3
Radyo/Televizyon	17	3.8
Katolog/Broşür	17	3.8
Gazete/Dergi	9	2

Doktor	8	1.8
Diğer		
Kamp	29	6.4
Rehber	23	5.1
Gezi	23	5.1
Önceki Deneyim Etkisiyle	4	0.9
Rehber	3	0.7
Kendim	1	0.2
Termal tesise kaçıncı kez geliyorsunuz?		
İlk kez	258	57.3
İkinci kez	90	20
Üçüncü kez	40	8.9
Dördüncü kez	14	3.1
Beş ve üzeri	48	10.7
Kaç gün konaklayacaksınız?		
1-7 gün	396	88
8-14 gün	43	9.6
15-21 gün	11	2.4
Bolu ili hakkındaki düşünceleriniz		
Olumlu	109	24.2
Olumsuz	76	16.9
Yok	265	58.9

Ankete katılanların % 65.8'i akraba/arkadaş tavsiyesiyle gelmiştir. Termal turizm amacıyla gelmeyen turistlerin % 6.4'ü sporcudur ve kamp için gelmiştir. Termal tesislere gelenlerin % 57.3'ü ilk kez gelmiştir ve % 88'i 1-7 gün konaklama ile kısa süreli konaklama gerçekleştirmiştir. % 24'ü Bolu'yu, doğasını ve termal tesislerini beğendiğini ifade ederken, % 16.9'u beğenmemiş, % 58.9'u ise fikir belirtmemiştir.

Bolu'da termal turizme katılmış termal turistlerin turizme geliş amaçlarına göre dağılımı tablo 17'de verilmiştir.

Tablo 17. Bolu'ya Gelen Termal Turistlerin Termal Tesislere Geliş Amaçları

Tesise Geliş Amacı	**F**	**%**
Sağlığıma yaralı olduğu için	90	20
Tatil	165	36.7
Dinlenme	106	23.6
Sağlık Kurumundan sevk edildim	-	-
Rahatsız olan yakınıma refakatçi olarak	24	5.3
Diğer		
İş İçin	11	2.4
Tesettüre Uygun	2	0.4
Kamp	31	6.9
Gezi	8	1.8
Ders amaçlı-eğitim	2	0.4
Düğün	1	0.2
Balayı	2	0.4

Ankete katılanların % 36.7'si tatil için, %23.6'sı dinlenmek için, %20'si sağlığına yararlı olduğu için, %5.3'ü rahatsız olan bir yakınına refakat ederek termal turizme katıldığını belirtmiştir. Sağlık kurumunda sevk edilen bulunmamaktadır. Bolu'ya termal turizme katılma fikri olmadan gelip termal imkanlardan faydalanan turistler diğer kısmında geliş amaçlarını belirtmiştir. Kamp ile geldiğini ifade eden katılımcılar, spor federasyonunun desteğiyle antrenmana gelerek konakladıklarını ifade etmiştir. Sağlık Bakanlığı'nın doktor sevkiyle gelen hasta ve yakınlarının masraflarını karşılamak için yaptığı düzenlemenin Bolu'ya gelen termal turistlere hitap etmediği ya da bu düzenlemeden haberlerinin olmadığı söylenebilir. Ankete katılan 450 kişinin % 20'si sağlığı için geldiğini ifade etmesine rağmen doktor sevkiyle gelen bulunmamaktadır.

Bolu'da termal turizme katılmış turistlerin termal tesislere dair memnuniyetinin ölçüldüğü likert ifadelere katılımları tablo 17'de yer almaktadır. 1= Kesinlikle Katılmıyorum, 2= Katılmıyorum, 3= Kararsızım, 4 Katılıyorum, 5 Kesinlikle Katılıyorum ifadelerini karşılamaktadır.

Ankette en yüksek ortalama (X=4,05), "Bolu ilindeki termal tesislerde çalışanlar nazik ve saygılıdır." ifadesi olmuştur. En düşük ortalama (2,40), "Bolu ilindeki termal tesislerde animasyon imkanları yetişkinler için yeterlidir." ifadesi olmuştur ve tablo 18'de verilmiştir.

Tablo 18. Bolu'ya Gelen Termal Turistlerin Anket İfadelerine Katılımları

Anket Maddeleri	N	1	2	3	4	5	Ort.	S.S.
Bolu ilindeki termal tesisler modern görünüme sahiptir.	450	7,3	15,3	11,1	45,6	20,7	3,569	1.187
Bolu ilindeki termal tesislerde sağlık personeli sayısı yeterlidir.	450	8,9	22,0	45,3	16,7	7,1	2,911	1,010
Bolu ilindeki termal tesislerde animasyon imkanları çocuklar için yeterlidir.	450	22,0	30,0	29,6	13,8	4,7	2,491	1,117
Bolu ilindeki termal tesislerde spor imkanları çocuklar için yeterlidir.	450	18,9	25,6	29,1	20,2	6,2	2,693	1,171
Bolu ilindeki termal tesislerde eğlence imkanları çocuklar için yeterlidir.	450	21,1	26,7	24,2	20,2	7,8	2,669	1,232
Bolu ilindeki termal tesislerde animasyon imkanları yetişkinler için yeterlidir.	450	25,8	35,3	17,8	15,3	5,8	2,400	1,188
Bolu ilindeki termal tesislerde spor imkanları yetişkinler için yeterlidir.	450	19,1	25,6	14,9	32,4	8,0	2,847	1,282
Bolu ilindeki termal tesislerde eğlence imkanları yetişkinler için yeterlidir.	450	23,8	27,8	14,7	25,3	8,4	2,669	1.309
Bolu ili termal tesislerinin termal havuz hizmetleri yeterlidir.	450	3,8	7,6	12,7	50,7	25,3	3,862	1,003
Bolu ilindeki termal tesislerde hizmetler söz verilen sürede sunulur.	450	3,6	4,0	12,0	62,4	12,8	3,873	0,875
Bolu ili termal tesislerinde gerçekleştirilemeyecek vaatlerde bulunulmaz.	459	3,6	3,6	17,6	57,8	17,6	3,822	0,885
Bolu ilindeki termal tesislerde çalışanlar sağlık alanında bilgilidir.	450	9,1	19,1	46,7	16,7	8,4	2,962	1,030
Bolu ilindeki termal tesislerde odalar söz verilen sürede hazırlanmaktadır.	450	2,7	5,3	11,8	60,0	20,2	3,898	0,874
Bolu ilinde termal tesislerde çalışanlar nazik ve saygılıdır.	450	2,7	4,4	7,1	56,7	29,1	4,051	0,882
Bolu ilinde termal tesislerde çalışanlar misafirlere yardım etmeye isteklidir.	450	2,9	4,0	8,9	55,1	29,1	4,036	0,895
Bolu ilinde termal tesislerde temizlik ve hijyen kurallarına dikkat edilmektedir.	450	8,4	9,3	12,4	50,7	19,1	3,627	1,146
Bolu ilindeki termal tesislerde çalışanların davranışları tutarlıdır.	450	2,0	4,7	8,7	60,9	23,7	3,998	0,833
Bolu ilindeki termal tesisler misafirlerin dilek ve şikayetlerine karşı duyarlıdır.	450	3,1	4,7	15,1	58,0	19,1	3,853	0,888
Bolu ilindeki termal tesislerde çalışanlar misafirlerle iyi iletişim kurabilmektedir.	450	3,1	4,0	6,4	59,6	26,9	4,031	0,880
Bolu ilindeki termal tesislerde tedavi almayı ya da tatil yapmayı tercih ederim.	450	6,9	11,1	9,8	45,6	26,7	3,740	1,168
Bolu ilindeki termal tesislere tekrar gelmeyi düşünürüm.	450	6,7	10,9	10,0	40,7	31,8	3,800	1,190

Tabloya göre, en yüksek ortalamayı 4,05 ile "Bolu ilindetermal tesislerde çalışanlar nazik ve saygılıdır." ifadesi alırken en düşük ortalamayı 2,40 ile "Bolu ilindeki termal tesislerde animasyon imkanları yetişkinler için yeterlidir." ifadesi almıştır. Diğer düşük ortalamaya sahip ifadeler, "çocuklar için animasyon, spor ve eğlence imkanları olmuştur.

Ankete katılan turistlerin % 45.6'sı "Bolu ilindeki termal tesisler modern görünüme sahiptir." sorusuna katıldığını, % 45.3'ü "Bolu ilindeki termal tesislerde sağlık personeli sayısı yeterlidir." sorusuna kararsız olduğunu belirtmiştir. % 30'u "Bolu ilindeki termal tesislerde animasyon imkanları çocuklar için yeterlidir." sorusuna katılmadığını, % 29.1'i "Bolu ilindeki termal tesislerde spor imkanları çocuklar için yeterlidir." sorusuna kararsız olduğunu, % 26.7'si "Bolu ilindeki termal tesislerde eğlence imkanları çocuklar için yeterlidir." sorusuna katılmadığını, %35.3'ü "Bolu ilindeki termal tesislerde animasyon imkanları yetişkinler için yeterlidir." sorusuna katılmadığını, % 32.4'ü "Bolu ilindeki termal tesislerde spor imkanları yetişkinler için yeterlidir." sorusuna katıldığını, % 27.8'i "Bolu ilindeki termal tesislerde eğlence imkanları yetişkinler için yeterlidir." sorusuna katılmadığını, % 50.7'si "Bolu ili termal tesislerinin termal havuz hizmetleri yeterlidir." sorusuna katıldığını, % 62.4'ü "Bolu ilindeki termal tesislerde hizmetler söz verilen sürede sunulur." sorusuna katıldığını, % 57.8'i "Bolu ili termal tesislerinde gerçekleştirilmeyecek vaatlerde bulunulmaz." sorusuna katıldığını, %46.7'si "Bolu ilindeki termal tesislerde çalışanlar sağlık alanında bilgilidir." sorusuna kararsız olduğunu, %60'ı "Bolu ilindeki termal tesislerde odalar söz verilen sürede hazırlanmaktadır." sorusuna katıldığını, % 56.7'si "Bolu ilinde termal tesislerde çalışanlar nazik ve saygılıdır." sorusuna katıldığını, % 55.1'i "Bolu ilinde termal tesislerde çalışanlar misafirlere yardım etmeye isteklidir." sorusuna katıldığını, % 50.7'si "Bolu ilinde termal tesislerde temizlik ve hijyen kurallarına dikkat edilmektedir." sorusuna katıldığını, % 60.9'u "Bolu ilindeki termal tesislerde çalışanların davranışları tutarlıdır." sorusuna katıldığını, % 58'i "Bolu ilindeki termal tesisler misafirlerin dilek ve şikayetlerine karşı duyarlıdır." sorusuna katıldığını, %59.6'sı "Bolu ilindeki termal tesislerde çalışanlar misafirlerle iyi iletişim kurabilmektedir." sorusuna katıldığını, % 45.6'sı "Bolu ilindeki termal tesislerde tedavi almayı ya da tatil yapmayı tercih ederim." sorusuna katıldığını ve % 40.7'si

“Bolu ilindeki termal tesislere tekrar gelmeyi düşünürüm.” sorusuna katıldığını belirtmiştir.

3.5.1. Güvenilirlik ve Faktör Analizi

Güvenilirlik analizi, herhangi bir konuda örneklemi oluşturan birimler üzerinden veri toplamak amacı ile geliştirilen ölçme aracını oluşturan ifadelerin kendi aralarındaki tutarlılığını test etmek amacı ile kullanılır. Elde edilen katsayı, ölçeğin güvenilirlik derecesini gösterdiği için, düşük dereceli ya da güvenilir çıkmayan ölçekler; amaca hizmet etmekten uzak olarak nitelendirilir. Cronbach Alpha katsayı ve güvenilirlik dereceleri tablo 19’da verilmiştir.

Tablo 19. Cronbach Alpha Katsayıları ve Güvenilirlik Dereceleri

Cronbach Alpha Katsayısı	**Güvenilirlik Derecesi**
$0,00 \leq \alpha < 0,40$	Güvenilir Değil
$0,40 \leq \alpha < 0,60$	Düşük Derecede Güvenilir
$0,60 \leq \alpha < 0,80$	Oldukça Güvenilir
$0,80 \leq \alpha < 1,00$	Yüksek Derecede Güvenilir

Buna göre Bolu’nun termal turizm potansiyeli anket maddeleri için güvenilirlik analizi yapılmış ve sonuçları tablo 20’de belirtilmiştir.

Tablo 20. Bolu’nun Termal Turizm Memnuniyet Anket Soruları İçin Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Cronbach Alfa Değeri	**Standartlaştırılmış Cronbach Alfa Değeri**	**Anket Madde Sayısı**
0,929	0,930	21

Buna göre, Cronbach Alfa değeri, 0,80-1,00 aralığında olduğu için Bolu ili termal turizm potansiyeli anket maddelerinin yüksek derecede güvenilir olduğu ortaya konmuştur. Bir sonraki aşamada, Bolu’nun termal turizm potansiyeli anket maddeleri göz önüne alınarak faktör analizi uygulanmıştır.

Anket maddelerine faktör analizi uygulanmış ve maddelerin toplandığı boyutlar tespit edilmeye çalışılmıştır. Temel Eksen tekniği için KMO ve Bartlett testi yapılmıştır. KMO Testi, örneklemin faktör analizi için yeterli olup-olmayacağı konusunda bilgi vermektedir. Bartlett Testi de anket maddelerinin faktör analizi için uygun olup-olmayacağı konusunda ipucu verir. KMO testinin değeri 0,906 olarak

bulunmuştur ve bu değer örneklemin faktör analizi için yeterli olduğunun göstergesidir. KMO değeri, 0-1 arasında bir değer olup, 0,80-1,00 arası 'çok iyi' düzeyde bir örneklem büyüklüğüne işaret etmektedir. Aynı şekilde Bartlett Küresellik Test değeri için anlamlılık değeri 0,000 (p=0,000<0,005) olarak bulunmuştur. Bu sonuç, anket maddeleri arasında ilişki olduğunu ifade etmektedir. Bu da değişkenlerin/soruların faktör analizi için uygun olacağına ilişkin H_0 hipotezinin red edileceği anlamına gelmektedir. Anket maddeleri için faktör matris sonuçları tablo 21'de verilmiştir.

Tablo 21. Bolu'nun Termal Turizm Anket Maddeleri için Döndürülmüş Faktör Matris Sonuçları

İfadeler	**Faktör**					
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**
Bolu ilindeki termal tesislerde çalışanlar misafirlerle iyi iletişim kurabilmektedir.	,869					
Bolu ilinde termal tesislerde çalışanlar misafirlere yardım etmeye isteklidir.	,850					
Bolu ilindeki termal tesislerde çalışanların davranışları tutarlıdır.	,840					
Bolu ilinde termal tesislerde çalışanlar nazik ve saygılıdır.	,827					
Bolu ilindeki termal tesisler misafirlerin dilek ve şikayetlerine karşı duyarlıdır.	,765					
Bolu ilindeki termal tesislerde hizmetler söz verilen sürede sunulur.	,729					
Bolu ilindeki termal tesislerde odalar söz verilen sürede hazırlanmaktadır.	,682					
Bolu ili termal tesislerinde gerçekleştirilemeyecek vaatlerde bulunulmaz.	,604					
Bolu ilindeki termal tesislerde eğlence imkanları çocuklar için yeterlidir		,845				
Bolu ilindeki termal tesislerde animasyon imkanları yetişkinler için yeterlidir		,822				

Bolu ilindeki termal tesislerde spor imkanları çocuklar için yeterlidir		,822				
Bolu ilindeki termal tesislerde animasyon ekibi çocuklar için yeterlidir		,816				
Bolu ilindeki termal tesislerde eğlence imkanları yetişkinler için yeterlidir.		,777				
Bolu ilindeki termal tesislerde spor imkanları yetişkinler için yeterlidir		,722				
Bolu ilindeki termal tesislere tekrar gelmeyi düşünürüm.			,823			
Bolu ilindeki termal tesislerde tedavi almayı ya da tatil yapmayı tercih ederim.			,801			
Bolu ilindeki termal tesislerde sağlık personeli sayısı yeterlidir				,810		
Bolu ilindeki termal tesislerde çalışanlar sağlık alanında bilgilidir.				,744		
Bolu ilindeki termal tesisler modern görünüme sahiptir					,721	
Bolu ilinde termal tesislerde temizlik ve hijyen kurallarına dikkat edilmektedir.					,490	
Bolu ili termal tesislerinin termal havuz hizmetleri yeterlidir.						,832
Özdeğer	**8,829**	**3,482**	**1,042**	**1,000**	**0,813**	**0,717**
Varyans Açıklama %	**42,044**	**16,582**	**4,964**	**4,760**	**3,871**	**3,413**

Tablo 21'de anket maddelerinin ifade ettiği boyutlar gösterilmiştir. Tablodaki verilere göre, faktör yükleri 0,490 ile 0,869 arasında değişmektedir. 1. faktör altında toplanan 8 anket maddesi termal turizm potansiyeli ölçeğinin güven alt boyutunu, 2. faktör altında toplanan 6 anket maddesi fiziksel özellikler alt boyutunu, 3. faktör altında toplanan 2 anket maddesi tekrar gelme niyeti alt boyutunu oluşturmaktadır. 4. faktör altında toplanan 2 anket maddesi güvenirlik alt boyutunu, 5. faktör altında toplanan 2 anket maddesi yeterlilik alt boyutunu, 6. faktör altında toplanan 1 soru ise iç mekan fiziksel özellik alt boyutunu oluşturmuştur. 6 faktörlü bu yapı, toplam varyansın %75,635'ini açıklamaktadır.

Alt boyutlar için Betimleyici İstatistikler tablo 22'de verilmiştir. Alt boyutlar açısından bakıldığında, Bolu'daki termal tesislerin güven boyutunda termal turistleri (X=3,94) memnun ederken fiziksel donanımlar boyutunda (X=2,62) memnun edemediği görülmüştür.

Tablo 22. Bolu Termal Turizm Anket Maddeleri için Betimleyici İstatistikler

Alt Boyut	N	Ortalama	Std. Sapma
Güven	450	3,9453	,70639
Fiziksel	450	2,6281	1,02873
Tekrar Gelme	450	3,7700	1,16696
Güvenirlik	450	2,9367	,91625
Yeterlilik	450	3,5978	,99799
İç Mekan	450	3,8622	1,00273

Alt boyutlar için normallik testi sonuçları tablo 23'de verilmiştir. Buna göre, alt boyutların normal dağıldığı söylenebilir.

Tablo 23. Bolu Termal Turizm Anket Maddeleri için Normallik Testi

	Shapiro-Wilk		
	İstatistik	**sd**	**P**
f1	,983	450	,412*
f2	,988	450	,419*
f3	,985	450	,416*
f4	,983	450	,412*
f5	,993	450	,422*
f6	,987	450	,420*

* 0,05 anlam düzeyinde Normal Dağılım

3.5.2. Korelasyon Analizi

Korelasyon analizi, değişkenler arasındaki ilişkiyi ve ilişkinin şiddetini tanımlamaya yönelik bir analizdir. Korelasyon analizi sonucunda hesaplanan korelasyon katsayısı 'r' harfi ile simgelenir ve -1 ile +1 arasında değerler alabilir. Değişkenler birlikte artıyor veya azalıyor ise aralarında pozitif bir ilişki vardır. Biri artıyor, diğeri azalıyor ise, aralarındaki ilişki negatif olarak tanımlanır. Korelasyon katsayısı, 0,00-0,30 arasında ise düşük bir ilişkiyi, 0,30-0,70 arasında ise orta düzey bir ilişkiyi, 0,70-1,00 arasında ise yüksek düzeyde bir ilişkiyi göstermektedir

(Coşkun vd., 2015: 228). Faktör analizi sonucunda elde edilen 6 faktöre ilişkin korelasyon analizi sonuçları tablo 24‘de verilmiştir.

Tablo 24. Termal Turizm Potansiyeli Alt Boyutları için Korelasyon Analizi Sonuçları

	Güven	**Fiziksel**	**Tekrar gelme**	**Güvenirlik**	**yeterlilik**	**İçmekan**
Güven	1	,000	,000	,000	,000	,000
Fiziksel	,000	1	,000	,000	,000	,000
Tekrar Gelme	,000	,000	1	,000	,000	,000
Güvenirlik	,000	,000	,000	1	,000	,000
Yeterlilik	,000	,000	,000	,000	1	,000
İç mekan	,000	,000	,000	,000	,000	1

Tablo incelendiğinde, tüm faktörler arasında korelasyonun olmadığı görülmektedir. Bu da faktör analizi sonuçları ile örtüşmektedir. Faktör analizinde birbiriyle ilişkili çok sayıda değişken, birbiriyle ilişkisiz daha az sayıda faktöre dönüştürüldüğünden, tüm faktörler bağımsızdır.

3.5.3. t Testi Analizleri

Cinsiyet bakımından anket sorularına verilen puanların ortalamaları karşılaştırılmış ve sonuçlar tablo 25’de gösterilmiştir (Anlamlı bulunan soru grupları *)

Tablo 25. Cinsiyete Göre Termal Turizm Potansiyeli Anket Maddeleri İçin Bağımsız Örneklemler t testi Sonuçları

Alt boyutlar					**t-test**		
		N	**Ortalama**	**S.S.**	**t**	**Sd**	**p**
Güven	Kadın	239	3,878	0,793	-1,965	448	,050*
	Erkek	211	4,021	0,587			
Fiziksel	Kadın	239	2,521	0,967	-2,016	448	,044*
	Erkek	211	2,749	1,084			
Tekrar gelme	Kadın	239	3,837	1,147	3,720	448	,000*
	Erkek	211	3,694	1,187			
Güvenirlik	Kadın	239	2,902	0,884	-,331	448	,741
	Erkek	211	2,976	0,952			
Yeterlilik	Kadın	239	3,464	1,008	-2,391	448	,017*
	Erkek	211	3,749	0,967			
İç mekan	Kadın	239	3,782	1,055	-1,651	448	,099
	Erkek	211	3,953	0,935			

Buna göre, cinsiyet bakımından güven, fiziksel donanımlar, tekrar gelme ve yeterlilik alt boyutları puan ortalamaları arasında farklılık olduğu görülmüştür. Güvenirlik ve iç mekan alt boyut sorularında ise, cinsiyet bakımından anlamlı bir farklılık olmadığı görülmüştür.

Tabloya göre güven, fiziksel donanımlar ve yeterlilik boyutunda; erkeklerin memnuniyet düzeyinin kadınlara göre daha yüksek olduğu, tekrar gelme boyutunda kadınların memnuniyet düzeyinin erkeklere göre daha yüksek olduğu fark edilmiştir. Bu farklılığın nedenini yapılan bir araştırma ortaya koymaktadır. Araştırmada, kadınların erkeklere göre % 70 detaylara daha fazla odaklandığını ve erkeklerin detaylar yerine önem verdiklerini net algıladığını ortaya koymuştur(Özdemir, 2009: 266). Grenwell, kadınların hizmet aldığı tesisin fiziksel donanımları ve tesis çalışanlarının davranışlarından etkilendiğini belirtmektedir(Memiş ve Ekenci, 2007: 45). Yapılan ankette, kadın ve erkek katılımcılara fiziksel donanımlar, güven ve yeterlilik boyutlarında termal tesisin donanımları ve çalışan davranışları sorulmuştur ve Grenwell'in çalışması yapılmış araştırmayı desteklemektedir. Kadın ve erkek katılımcıların aynı hizmeti farklı algıladığını ve algılarının memnuniyet düzeyini değiştirdiği söylenebilir. Bolu'nun termal turizm tesislerini ziyaret eden turistlerin memnuniyetlerinin cinsiyetlerine göre 4 boyut arasında anlamlı farklılaştığı görülmüştür.

Medeni durum bakımından anket sorularına verilen puanların ortalamaları karşılaştırılmış ve sonuçlar tablo 26'da gösterilmiştir. Buna göre, medeni durum bakımından fiziksel donanımlar, tekrar gelme ve güvenirlik alt boyutları puan ortalamaları arasında farklılık olduğu görülmektedir.

Tablo 26. Medeni Duruma Göre Termal Turizm Potansiyeli Anket Maddeleri İçin Bağımsız Örneklemler t testi Sonuçları

Alt boyutlar					**t-test**		
		N	**Ortalama**	**S.S.**	**t**	**Sd**	**P**
Güven	Bekar	166	3,886	0,847	-1,272	448	,204
	Evli	284	3,980	0,609			
Fiziksel	Bekar	166	2,778	1,174	2,784	448	,006*
	Evli	284	2,541	0,925			
Tekrar gelme	Bekar	166	3,530	1,412	-5,153	448	,000*
	Evli	284	3,910	0,972			

Güvenirlik	Bekar	166	3,102	1,044	3,257	448	,001*
	Evli	284	2,840	0,820			
Yeterlilik	Bekar	166	3,621	1,142	,600	448	,549
	Evli	284	3,590	0,906			
İç mekan	Bekar	166	3,753	1,193	-1,196	448	,232
	Evli	284	3,925	0,869			

* 0,05 anlam düzeyinde anlamlı

Tabloya göre bekar katılımcıların fiziksel donanımlar ve güvenilirlik boyutunda evli katılımcılara göre memnuniyet düzeyinin daha yüksek olduğu görülmüştür. Tekrar gelme boyutunda ise evli katılımcıların memnuniyet düzeyinin bekar katılımcılara göre daha yüksek olduğu görülmüştür. Katılımcılara, fiziksel donanımlar boyutunda, çocuk ve yetişkinler için tesiste bulunan animasyon, spor, eğlence, havuz imkanları, güvenilirlik boyutunda sağlık personeli ve çalışanların sağlık bilgisi, tekrar gelme boyutunda tesise tekrar gelme niyetleri sorulmuştur. Termal tesislerde çocuklar için animasyon, spor, ve eğlence imkanlarının az ya da yetersiz oluşu; bekarların termal tesislerden evlilere göre daha memnun olmasına neden olurken yetişkinler için eğlence imkanlarının azlığı ve eğlenceye dair farklı aktivitelerin bulunmaması bekarların evlilere göre memnuniyet düzeyinin düşmesine neden olmuştur. Çocuklar için animasyon, spor ve eğlence imkanlarının bulunmaması açısından bakıldığında; termal tesislerin daha çok bekarlara hitap ettiği söylenebilir. Bolu'nun termal turizm tesislerini ziyaret eden termal turistlerin medeni durumlarına göre memnuniyet düzeylerinin 3 boyut arasında anlamlı farklılaştığı görülmüştür.

Bolu'da termal tesis olduğunu bilme bakımından anket sorularına verilen puanların ortalamaları karşılaştırılmış ve sonuçlar tablo 27'de gösterilmiştir. Anlamlı bulunan soru grupları * işaretli olarak verilmiştir. Buna göre, Bolu İlinde termal tesis olduğunu bilme bakımından güven ve fiziksel alt boyut soruları puan ortalamaları arasında farklılık olduğu görülmektedir.

Tablo 27. Bolu'da Termal Tesis Olduğunu Bilme Durumuna Göre Termal Turizm Potansiyeli Anket Maddeleri İçin Bağımsız Örneklemler t testi Sonuçları

Alt boyutlar		N	Ortalama	S.S.	t-test		
					t	Sd	p
Güven	Evet	281	3,900	0,763	-2,632	448	,009*
	Hayır	169	4,022	0,594			
Fiziksel	Evet	281	2,707	1,019	2,153	448	,032*
	Hayır	169	2,496	1,034			
Tekrar gelme	Evet	281	3,829	1,157	1,748	448	,081
	Hayır	169	3,672	1,180			
Güvenirlik	Evet	281	3,000	0,938	1,296	448	,196
	Hayır	169	2,831	0,871			
Yeterlilik	Evet	281	3,603	0,980	-,261	448	,794
	Hayır	169	3,589	1,030			
İç mekan	Evet	281	3,890	0,992	,651	448	,515
	Hayır	169	3,817	1,022			

* 0,05 anlam düzeyinde anlamlı

Tabloya göre, evet cevabını veren katılımcıların fiziksel donanımlar alt boyutunda; memnuniyet düzeyi hayır cevabını veren katılımcılara göre daha yüksek olduğu, güven boyutunda; hayır cevabını veren katılımcıların evet cevabını veren katılımcılara göre memnuniyet düzeyinin daha yüksek olduğu görülmektedir. Fiziksel donanımlar boyutunda katılımcılara tesis imkanları, güven boyutunda tesisteki işleyişin hızlılığı ve tesisin verdiği vaatleri gerçekleştirip gerçekleştiremediği sorulmuştur. Buna göre, Bolu'daki termal tesislerin varlığından haberdar olarak gelen termal turistlerin termal tesislerin fiziki yapılarından(animasyon, spor, eğlence, termal hizmetler gibi) memnun olduğu ama tesislerin yönetimsel yapılarından memnun olmadığı söylenebilir. Termal tesislerin hizmet konusunda eksiklikleri olduğu ve turistlerin eksiklikleri fark ettiği görülmektedir. Bolu'nun termal turizm tesislerini ziyaret eden termal turistlerin Bolu ilinde termal tesis olduğunu bilip bilmeme durumuna göre memnuniyet düzeylerinin 2 boyut arasında anlamlı farklılaştığı görülmüştür.

3.5.4. Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları (ANOVA)

Yaş, meslek, gelir ve eğitim düzeyi açısından turistlerin memnuniyet düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği araştırılmıştır ve tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yapılmıştır.

Yaş bakımından anket sorularına verilen puanların ortalamaları karşılaştırılmış ve sonuçlar tablo 28'de gösterilmiştir. Anlamlı bulunan soru grupları * işaretli olarak verilmiştir. Buna göre, yaş bakımından fiziksel ve tekrar gelme alt boyut soruları puan ortalamaları arasında farklılık olduğu görülmektedir.

Tablo 28. Yaşa Göre Termal Turizm Potansiyeli Anket Maddeleri için Varyans Analizi Testi Sonuçları

Alt Boyutlar		**N**	**Ortalama**	**S.S.**	**F**	**p**
Güven	18-30	154	3,8482	,86885	1,545	0,188
	31-40	115	3,9750	,58891		
	41-50	86	3,9826	,55874		
	51-60	50	3,9725	,81765		
	61 ve uzeri	45	4,1000	,39672		
Fiziksel	18-30	154	2,7944	1,17755	5,109	0,000*
	31-40	115	2,6565	,89543		
	41-50	86	2,6783	1,02734		
	51-60	50	2,2533	,85532		
	61 ve uzeri	45	2,3074	,82339		
Tekrar gelme	18-30	154	3,5195	1,40597	6,651	0,000*
	31-40	115	3,9609	1,04744		
	41-50	86	3,8779	,93914		
	51-60	50	3,6800	1,15511		
	61 ve uzeri	45	4,0333	,75679		
Güvenirlik	18-30	154	3,0747	1,05994	2,199	0,068
	31-40	115	3,0087	,82180		
	41-50	86	2,8488	,86796		
	51-60	50	2,7300	,80312		
	61 ve uzeri	45	2,6778	,72422		
Yeterlilik	18-30	154	3,5714	1,18739	2,016	0,091
	31-40	115	3,7348	,81736		
	41-50	86	3,6395	,92562		
	51-60	50	3,4000	1,05463		
	61 ve uzeri	45	3,4778	,72265		

İç mekan	18-30	154	3,7597	1,21028	1,979	0,097
	31-40	115	3,7739	,94647		
	41-50	86	4,0000	,79705		
	51-60	50	4,0200	,86873		
	61 ve uzeri	45	4,0000	,79772		

* 0,05 anlam düzeyinde anlamlı

Tabloya göre, yaş bakımından anket sorularına verilen puanların ortalamaları arasında fark olduğu için Tukey testi uygulanmıştır. Yaşa yönelik çoklu karşılaştırma yapıldığında, fiziksel donanımlar alt boyutunda Fiziksel alt boyut için 18-30 ile 51-60 ve 18-30 ile 61 ve üzeri yaş grupları arasında farklılık bulunmuştur. Benzer şekilde, tekrar gelme alt boyutu için ise, 18-30 ile 31-40, 18-30 ile 41-50 ve 18-30 ile 61 ve üzeri yaş grupları arasında farklılık bulunmuştur. 18-30 yaş genç grubun fiziksel donanımlar ve tekrar gelme boyutunda memnuniyet düzeylerinin orta yaş ve ileri yaştakilere göre düşük olduğu tespit edilmiştir. Bu durumun nedeni olarak gençlerin tatil ve eğlence anlayışının farklılığı, termal tesislerin genç yaş grubuna hitap edecek eğlence ve aktivitelerin bulunmaması gösterilebilir. Timur'un (2015) çalışmasında belirttiği gibi, genç yaş grubunun ve ileri yaş grubunun tatil beklentilerinin farklılığı, emekli kesimin eğlenceden ziyade dinlenme amacıyla termal turizme katılımı yaş grupları arasında memnuniyet düzeyinde farklılık oluşturmuştur. Bolu'nun termal turizm tesislerini ziyaret eden turistlerin yaşlarına göre memnuniyetlerinin 2 boyut arasında anlamlı farklılaştığı görülmüştür.

Eğitim durumu bakımından anket sorularına verilen puanların ortalamaları karşılaştırılmış ve sonuçlar tablo 29'da gösterilmiştir. Buna göre, eğitim bakımından yeterlilik alt boyut soruları puan ortalamaları arasında farklılık olduğu görülmektedir.

Tablo 29. Eğitime göre Termal Turizm Potansiyeli Anket maddeleri için Varyans Analizi Testi Sonuçları

Alt boyutlar		**N**	**Ortalama**	**S.S.**	**F**	**p**
Güven	İlköğretim	23	4,0707	,76298	0,567	0,725
	Lise	189	3,9716	,73507		
	Ön lisans	35	3,8036	,74526		
	Üniversite	178	3,9066	,67919		
	Lisansüstü	24	4,0990	,55165		
	Diğer	1	4,2500	.		

Fiziksel	İlköğretim	23	2,7609	1,02964	0,704	0,621
	Lise	189	2,6596	1,09450		
	Ön lisans	35	2,7190	,98333		
	Üniversite	178	2,5412	,99568		
	Lisansüstü	24	2,7222	,80107		
	Diğer	1	3,6667	.		
Tekrar gelme	İlköğretim	23	4,1522	,88465	1,032	0,398
	Lise	189	3,7354	1,17775		
	Ön lisans	35	3,7571	1,15282		
	Üniversite	178	3,7275	1,19328		
	Lisansüstü	24	3,9583	1,14129		
	Diğer	1	5,0000	.		
Güvenirlik	İlköğretim	23	2,9130	,91269	0,241	0,944
	Lise	189	2,9471	,95084		
	Ön lisans	35	2,9714	,93889		
	Üniversite	178	2,9017	,91913		
	Lisansüstü	24	3,0625	,59550		
	Diğer	1	3,5000	.		
Yeterlilik	İlköğretim	23	3,6522	,78963	2,740	0,019*
	Lise	189	3,5238	1,04968		
	Ön lisans	35	3,5286	1,06373		
	Üniversite	178	3,6152	,97247		
	Lisansüstü	24	4,0625	,75631		
	Diğer	1	4,5000	.		
İç mekan	İlköğretim	23	4,1304	,62554	1,401	0,222
	Lise	189	3,9735	,99698		
	Ön lisans	35	3,6571	,96841		
	Üniversite	178	3,7528	1,03913		
	Lisansüstü	24	3,8333	1,04950		
	Diğer	1	4,0000	.		

* 0,05 anlam düzeyinde anlamlı

Tabloya göre, eğitim bakımından anket sorularına verilen puanların ortalamaları arasında fark olduğu için Tukey testi uygulanmıştır. Eğitime yönelik çoklu karşılaştırma yapıldığında, boyutlar arasında farklılık bulunmuştur. Yeterlilik alt boyutu için ilköğretim ile yüksek lisans/doktora mezunları arasında farklılık olduğu görülmüştür. Yeterlilik boyutunda turistlere termal tesisin modern görünümünün olup olmaması ve hijyen kurallarına dikkat edilip edilmediği sorulmuştur. Eğitim seviyesinin yükselmesi, turistlerin tesislere daha eleştirel gözle bakmasına neden olmaktadır. Eğitim seviyesi yüksek turistler, fazla para kazandıkları için lüks ihtiyaçlara yönelerek daha farklı istekler içerinde oldukları söylenebilir.

Sonuç olarak; Timur'un (2015) belirttiği gibi, tesislerden beklediklerini bulamayan turistlerin memnuniyet düzeyi düşük çıkmaktadır. Bolu ilinin termal turizm tesislerini ziyaret eden turistlerin memnuniyetleri eğitimlerine göre 2 boyut arasında anlamlı farklılaştığı görülmüştür.

Meslek durumu bakımından anket sorularına verilen puanların ortalamaları karşılaştırılmış ve sonuçlar tablo 30'da gösterilmiştir. Buna göre, meslek durumu bakımından tekrar gelme ve yeterlilik alt boyut soruları puan ortalamaları arasında farklılık olduğu görülmektedir.

Tablo 30. Mesleğe göre Termal Turizm Potansiyeli Anket maddeleri için Varyans Analizi Testi Sonuçları

Alt boyutlar		**Kareler Toplamı**	**Sd**	**Kareler Ortalaması**	**F**	**p**
Güven	Gruplar Arası	37,389	31	1,206	1,225	,193
	Gruplar İçi	411,611	418	,985		
	Toplam	449,000	449			
Fiziksel	Gruplar Arası	37,262	31	1,202	1,220	,197
	Gruplar İçi	411,738	418	,985		
	Toplam	449,000	449			
Tekrargelme	Gruplar Arası	65,813	31	2,123	2,316	,000*
	Gruplar İçi	383,187	418	,917		
	Toplam	449,000	449			
Güvenirlik	Gruplar Arası	35,095	31	1,132	1,143	,277
	Gruplar İçi	413,905	418	,990		
	Toplam	449,000	449			
Yeterlilik	Gruplar Arası	48,043	31	1,550	1,616	,021*
	Gruplar İçi	400,957	418	,959		
	Toplam	449,000	449			
İçmekan	Gruplar Arası	34,370	31	1,109	1,118	,307
	Gruplar İçi	414,630	418	,992		
	Toplam	449,000	449			

* 0,05 anlam düzeyinde anlamlı

Tabloya göre, meslek bakımından anket sorularına verilen puanların ortalamaları arasında fark olduğu için Tukey testi uygulanmıştır. Mesleğe yönelik

çoklu karşılaştırma yapıldığında, boyutlar arasında farklılık bulunmuştur. Meslek bakımından tekrar gelme ve yeterlilik alt boyut soruları puan ortalamaları arasında farklılık olduğu görülmüştür. Tekrar gelme alt boyutu bakımından; öğrenci ile memur, öğrenci ile akademisyen, öğrenci ile işçi, öğrenci ile bankacı meslekleri arasında fark vardır. Yeterlilik alt boyutu bakımından, öğrenci ile memur ve öğrenci ile akademisyen arasında fark bulunmuştur. Bu durum, yapılan çalışmanın farklılığını ortaya koymaktadır. Literatürde, emekliler ve ev hanımları arasında çıkan farklılık yapılan çalışmada öğrenciler ile diğer meslek grupları arasında bulunmuştur. Bu durumun, öğrenciler için tatil anlayışı yeterli olurken diğer meslek gruplarının yoğun çalışması ile dinlenmek için geldikleri termal tesislerde masaj hizmetlerinde eksiklikler bulunmasının neden olabileceği söylenebilir. Bolu'nun termal turizm tesislerini ziyaret eden turistlerinin memnuniyet düzeylerinin mesleğe göre 2 boyut arasında anlamlı farklılaştığı görülmüştür.

Gelir bakımından anket sorularına verilen puanların ortalamaları karşılaştırılmış ve sonuçlar tablo 31'de gösterilmiştir. Anlamlı bulunan soru grupları * işaretli olarak verilmiştir. Buna göre, gelir bakımından fiziksel ve tekrar gelme alt boyut soruları puan ortalamaları arasında farklılık olduğu görülmektedir.

Tablo 31. Gelire göre Termal Turizm Potansiyeli Anket maddeleri için Varyans Analizi Testi Sonuçları

Alt boyutlar		**N**	**Ortalama**	**S.S.**	**F**	**p**
Güven	asgari ucretin altinda	44	3,6222	1,02281	4,673	0,001*
	asgari ucret	38	3,9046	,87786		
	asgari ucret-3000	162	4,0764	,59407		
	3500-5000	124	3,8841	,67647		
	5000-uzeri	82	3,9710	,60326		
Fiziksel	asgari ucretin altinda	44	2,7197	1,16571	4,217	0,002*
	asgari ucret	38	2,7237	1,27300		
	asgari ucret-3000	162	2,4465	1,08119		
	3500-5000	124	2,5578	,89388		
	5000-uzeri	82	3,0000	,80337		
Tekrar gelme	asgari ucretin altinda	44	3,2045	1,45601	2,658	0,032*
	asgari ucret	38	3,7105	1,38345		
	asgari ucret-3000	162	3,7870	1,09602		
	3500-5000	124	3,7823	1,13739		
	5000-uzeri	82	4,0488	,97059		

Güvenirlik	asgari ucretin altinda	44	3,0114	1,03142	1,352	0,250
	asgari ucret	38	3,1053	1,23659		
	asgari ucret-3000	162	2,8086	,91932		
	3500-5000	124	2,9718	,77905		
	5000-uzeri	82	3,0183	,85507		
Yeterlilik	asgari ucretin altinda	44	3,5568	1,15243	6,640	0,000*
	asgari ucret	38	3,4342	1,35153		
	asgari ucret-3000	162	3,4105	1,00913		
	3500-5000	124	3,7056	,89036		
	5000-uzeri	82	3,9024	,74717		
İç mekan	asgari ucretin altinda	44	3,6136	1,12510	1,170	0,323
	asgari ucret	38	3,9474	1,16125		
	asgari ucret-3000	162	3,9012	,98567		
	3500-5000	124	3,8145	,90497		
	5000-uzeri	82	3,9512	1,02923		

* 0,05 anlam düzeyinde anlamlı

Tabloya göre gelir bakımından anket sorularına verilen puanların ortalamaları arasında fark olduğu için Tukey testi uygulanmıştır. Gelire yönelik çoklu karşılaştırma yapıldığında, gelir durumu bakımından güven, fiziksel, tekrar gelme ve yeterlilik alt boyut soruları puan ortalamaları arasında farklılık olduğu görülmektedir. Güven alt boyutunda, asgari ücretin altı ile asgari ücret-3000 TL gelir grupları arasında fark olduğu belirlenmiştir. Fiziksel alt boyut için, asgari ücret-3000 TL ile 5000 TL ve üzeri gelir grupları arasında fark bulunmuştur. Tekrar gelme alt boyutuna bakıldığında, asgari ücret altı ile 5000 TL ve üzeri gelir grupları arasında fark olduğu tespit edilmiştir. Yeterlilik alt boyutunda ise, asgari ücret ile 5000 TL ve üzeri gelir grupları arasında fark tespit edilmiştir. Güven alt boyutunda alt gelir grubunun memnuniyetinin düşük çıkması düşük gelir grubunun termal tesis olarak kaplıca, pansiyon türü işletmelerden hizmet almasıyla işletmeden bekledikleri ilgi alaka, şikayetlerine yanıt almada sorun yaşama gibi problemler memnuniyetlerinin düşmesine neden olmuştur. Fiziksel donanım ve tekrar gelme boyutlarında yüksek gelire sahip turistlerin beklentilerinin yüksekliği işletmelerden memnuniyet düzeylerinin düşük olup tekrar gelme niyetlerini etkilediği söylenebilir. Bolu'nun termal turizm tesislerini ziyaret eden turistlerin memnuniyetleri gelirlerine göre 4 boyut arasında anlamlı farklılaşmaktadır (Akgül, 2014:147).

Turistlerin Kaldıkları otel bakımından anket sorularına verilen puan ortalamaları karşılaştırılmış ve sonuçlar tablo 32'de verilmiştir. Buna göre, kalınan otel bakımından tüm alt boyutlar arasında farklılık bulunmuştur. Güven alt boyutu bakımından, Bolu Termal Otel ile Mudurnu Babas kaplıcaları, Mudurnu Babas kaplıcaları ile Karacasu Küçük Kaplıcası, Mudurnu Babas kaplıcaları ile Narven termal tesisleri arasında arasında fark görülmüştür. Fiziksel alt boyut bakımından, Bolu Termal Otel ile Gazelle Resort otel ve Bolu Termal otel ile Karacasu küçük kaplıca oteli arasında fark bulunmuştur. Güvenirlik alt boyutu bakımından ise, Bolu Termal Otel ile Karacasu Küçük Kaplıca Oteli ve Bolu Termal Otel ile Seben Pavlu Kaplıcaları arasında fark görülmüştür. Yeterlilik alt boyutu bakımından, Bolu Termal Otel ile Karacasu Küçük Kaplıca, Mudurnu Sarot Otel, Mudurnu Babas Kaplıcaları ve Seben Pavlu Kaplıcaları arasında farklılık gözlenmiştir. İç Mekan alt boyutu bakımından, Bolu Termal Otel ile Bolu Yıldız Otel arasında fark bulunmuştur.

Tablo 32. Ankete Katılanların Konakladıkları otele göre Termal Turizm Potansiyeli Anket maddeleri için Varyans Analizi Testi Sonuçları

Alt Boyutlar		**N**	**Ortalama**	**S.S.**	**F**	**p**
Güven	Bolu Termal Otel	50	3,8500	,54574	7,613	0,000*
	Gazelle Resort Otel	50	4,2475	,48015		
	Karacasu Kucuk Kaplica Otel	50	3,6275	,75233		
	Bolu Yildiz Otel	40	4,0594	,18342		
	Narven Termal Tesisleri	150	3,9508	,78323		
	Mudurnu Sarot Tesisleri	50	3,6325	,96970		
	Mudurnu Babas Kaplicalari	30	4,3750	,51903		
	Seben Pavlu Kaplicalari	30	4,0417	,29422		
Fiziksel	Bolu Termal Otel	50	2,4867	,76624	31,474	0,000*
	Gazelle Resort Otel	50	3,4933	,84311		
	Karacasu Kucuk Kaplica Otel	50	1,7767	,68480		
	Bolu Yildiz Otel	40	1,8625	,64372		
	Narven Termal Tesisleri	150	3,1744	,88093		
	Mudurnu Sarot Tesisleri	50	2,7200	,96388		

	Mudurnu Babas Kaplicalari	30	1,6111	,65993		
	Seben Pavlu Kaplicalari	30	1,9944	,64991		
Tekrar gelme	Bolu Termal Otel	50	3,9100	,83721	4,352	0,000*
	Gazelle Resort Otel	50	4,3800	,72534		
	Karacasu Kucuk Kaplica Otel	50	2,6500	1,13950		
	Bolu Yildiz Otel	40	3,4000	1,10477		
	Narven Termal Tesisleri	150	4,0367	1,10990		
	Mudurnu Sarot Tesisleri	50	3,8900	1,23837		
	Mudurnu Babas Kaplicalari	30	3,6833	1,19253		
	Seben Pavlu Kaplicalari	30	3,4333	1,13512		
Güvenirlik	Bolu Termal Otel	50	3,1200	,61079	4,095	0,000*
	Gazelle Resort Otel	50	3,5300	,93356		
	Karacasu Kucuk Kaplica Otel	50	2,3700	,72005		
	Bolu Yildiz Otel	40	2,6250	,59646		
	Narven Termal Tesisleri	150	3,1300	,93842		
	Mudurnu Sarot Tesisleri	50	3,0800	,94954		
	Mudurnu Babas Kaplicalari	30	2,3500	,81102		
	Seben Pavlu Kaplicalari	30	2,3833	,76207		
Yeterlilik	Bolu Termal Otel	50	3,7500	,61652	27,360	0,000*
	Gazelle Resort Otel	50	4,2000	,67006		
	Karacasu Kucuk Kaplica Otel	50	2,2200	,96447		
	Bolu Yildiz Otel	40	3,9000	,28193		
	Narven Termal Tesisleri	150	4,0100	,82019		
	Mudurnu Sarot Tesisleri	50	3,2800	1,07457		
	Mudurnu Babas Kaplicalari	30	3,1667	,81297		

	Seben Pavlu Kaplicalari	30	3,1333	,86037		
İç mekan	Bolu Termal Otel	50	3,8600	,80837	7,572	0,000*
	Gazelle Resort Otel	50	4,0200	,97917		
	Karacasu Kucuk Kaplica Otel	50	4,1400	,75620		
	Bolu Yildiz Otel	40	2,9250	,94428		
	Narven Termal Tesisleri	150	4,0467	,94362		
	Mudurnu Sarot Tesisleri	50	3,4200	1,34149		
	Mudurnu Babas Kaplicalari	30	4,0000	,69481		
	Seben Pavlu Kaplicalari	30	4,0667	,78492		

* 0,05 anlam düzeyinde anlamlı

Tabloya göre güven boyutunda, tesislerin verilen sözde durması, hızlılığı gibi sorularda Mudurnu Babas'ın diğer tesisler ile arasında fark bulunmuştur. Mudurnu Babas 18 yatak kapasiteli küçük bir kaplıca olmasına rağmen konaklayan müşterileriyle ilgi alaka düzeyi yüksektir. Yoğunluk yaşamadığı için müşterilerine gereken hizmeti hızlı sunmaktadır. İnternet sitesinde tanıtımı bulunmayan, bilenlerin gittiği sakin bir tesis olduğu için beklenti konusunda istenileni yansıttığı söylenebilir. Fiziksel donanımlar bakımından; Termal Otel ile Karacasu Küçük Kaplıca Otel arasında fark bulunmasının nedeni her iki otelin birbirine yakın ve rekabet eder durumda olmalarıdır. Termal Otel'in donanım olarak imkanlarının fazlalığı ve oturmuş hizmetinin Karacasu Küçük Kaplıca Otelde olmayışının neden olduğu söylenebilir. Termal Otel ile Gazelle Resort'ün arasında fark bulunmasının nedeni; birbirlerine yakın ve rekabet eder konumda olmaları ve Gazelle Resort'ün imkanlar bakımından beş yıldızlı otel olarak daha donanımlı konumlandırılmasından kaynaklandığı söylenebilir. Güvenilirlik bakımından; Bolu Termal Otel'in oturmuş sağlık hizmetinin, masaj hizmetlerinin bulunması ile Seben Pavlu ve Karacasu Küçük Kaplıca Otel'de bu hizmetlerin yer almamasının farka neden olduğu söylenebilir. Yeterlilik boyutunda, yakın olan otel ve kaplıcaların hizmetleri fark bulunmasına neden olmuştur. Termal Otel ve Karacasu Küçük Kaplıca birbirine yakındır. Karacasu Küçük Kaplıca Oteli mimari açıdan yenilenmeyişi, temizlik ve hijyen sorunları yaşaması nedeniyle, Mudurnu Babas Kaplıcaları ve Sarot Termal

Vadi aynı bölgede yer aldıkları için mimari konusunda Mudurnu Babas Kaplıcaları'nın yenilenmeyişi, temizlik konusunda ise büyük bir tesis olan Sarot Vadi'nin termal havuz temizliğine yetişilememesi nedeniyle fark bulunduğu söylenebilir. İç mekan alt boyutundaki farklılık ise; Yıldız Otel'de havuz hizmetlerinin ekstra ücretle ve sadece dört odada verilmesinin farklılığa neden olduğu söylenebilir. Bolu'nun termal tesislerini ziyaret eden turistlerin memnuniyetleri kaldıkları otele göre 6 boyut arasında anlamlı farklılaşmaktadır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Termal turizm, hastalara hastalıklarında şifa bulma olanağı sunarken yatırımcılara kar payı yüksek bir turizm türü oluşuyla kazanç sağlamaktadır. Termal turizmin sağlık turizmiyle önem kazanmaya başladığı düşünülse de ilk uygarlıklardan beri aslında var olan ancak dönemin ihtiyaçlarına göre kendini gösterdiği için fark edilememektedir. Geçmişte savaşlar sırasında yaralı askerlerin yaralarına sürmek için ihtiyaç duyulan termal turizmle, bugün yaşlı nüfus ile artan omurga rahatsızlıkları için ihtiyaç duyulan termal turizm arasında değişen ihtiyaçlar dışında bir farklılık yoktur. Dönemimizin en büyük sorunları olan stres, kalabalık, gürültü ve çevre kirliliğinden kaçmak isteyen insanların sağlık bulma çabası termal turizm sektörünü harekete geçirmiş ve yeniden fark edilmesini sağlamıştır. Sektörün, kar payının yüksek oluşu ve gelecekte öneminin artacağının fark edilmesiyle hızlı gelişmektedir. Dünya, termal turizmin her geçen yıl büyüdüğünü görüp gelişmeye çalışırken Türkiye, termal kaynaklarının özellikleri, iklimi ve konumuyla gelişmeye müsait bir durumdadır (Pırnar, 2008: 69). Termal kaynaklarının potansiyeli, Avrupa'da birinci ve Dünya'da yedinci sırada olduğu için ülke olarak termal turizmde kolay gelişebileceği görülmektedir. Ancak tesislerin işletme sorunları, tanıtım, pazarlama ve donanım eksiklikleri potansiyelini tam kullanamamasına neden olmaktadır. Bu amaçla 2023 stratejisinde termal turizmi tanıtılmayan bölgelere eğilerek termal turizmin geliştirilmesi konusunda adımların atılması gerektiği vurgulanmaktadır.

Araştırma, Bolu'nun termal turizm potansiyelinin fazlalığına karşılık termal turizm konusunda tanınmaması ve Bolu'ya gelen termal turistlerin aldıkları hizmet ile memnuniyet düzeyi arasındaki ilişkiyi anlamak için yapılmıştır. Ortaya atılan saptamaların doğruluğunu incelemek için Bolu'da faaliyet gösteren termal işletmelerde araştırma yapılmıştır. Araştırma sonunda ilk olarak Bolu'daki termal tesislere gelen turistlerin profili ortaya konmuştur. Turist profili şu şekildedir:

Literatüre göre, termal turizm; orta yaş grubunun ve daha çok kadınların katıldığı bir turizm türüdür (Çontu, 2006: 130. Akgül, 2014: 146). Bolu'daki termal tesislere gelen turistlerin, 18-30 yaş genç ve kadınlar olduğu görülmüştür. Gençlerin ağırlıkta çıkması çalışmanın farklılığını ortaya koymuştur. Çalışmanın yapıldığı tarihin okulların tatil olduğu döneme denk gelmesi ve tatil ihtiyaçlarının giderek değişmesinin bu duruma neden olduğu söylenebilir. Kadınların çoğunlukla ev hanımı

olmaları boş zamanlarını termal turizmle değerlendirmek istediklerini ya da termal turizme katılacakları zamanı ayarlayarak katılabildikleri söylenebilir.

Literatüre göre, termal turizm, daha çok alt gelir ya da orta gelire hitap eden bir turizm türüdür (Kırkbir, 2007: 134). Bolu'daki termal tesislere gelen turistlerin her gelir grubuna sahip olmasına rağmen ağırlığın asgari ücret-3000 TL ile 3000-5000 arasında değiştiğini göstermiştir. Çalışma literatürü kısmen desteklese de 3000-5000 TL gelir grubunun yoğun olması termal turizmin üst gelir grubuna sahip insanlara hitap ettiği söylenebilir. Üst gelir grubuna sahip muhafazakar kesimin tatillerini sağlık amaçlı termal tesislerde yaşama isteklerinin bu duruma neden olduğu söylenebilir.

Literatüre göre, termal turizme katılanların eğitim düzeyleri arttıkça termal tesislerden beklenti ve memnuniyet düzeyi düştüğü için eğitim seviyesinin memnuniyeti değiştirdiğini ortaya koymaktadır (Timur, 2015: 70). Çalışma literatürü desteklemektedir. Lisans ve lisansüstü seviyesindeki turistlerin memnuniyet düzeyinin ilköğretim seviyesindekilerden daha düşük olduğu ortaya çıkmıştır.

Çalışmada, Bolu'ya gelen termal turistin memnuniyet düzeyini etkileyen durumlar ve termal tesislerin hangi hizmetlerinden memnun oldukları ortaya koyulmuştur. Sonuçlar ve öneriler özetle şu şekildedir:

1) Termal turistlerin tesislerden aldıkları hizmetten en çok memnun oldukları boyutun güven boyutu olduğu ortaya çıkmıştır. Termal turistlerin tesislerin işleyişinde, verdikleri sözler, hızlılık ve çalışanların turistlere yardım etmesi gibi yönetimsel işleyişten memnun oldukları görülmüştür. Ancak kadın turistlerin aldıkları hizmeti erkeklerden farklı algılamaları memnuniyet düzeyini değiştirdiği için termal tesislerin yönetimsel işleyişte daha detaylı ve kadın gözünden bakılması gerektiğini ortaya koymuştur. Termal tesislerde kadınlara yönelik spor imkanı olarak sadece spor aletlerinin olması ya da tesislerde kadınlara yönelik herhangi bir aktivitenin olmayışını değiştirerek kadınlara yönelik programlar seçilebilir.

2) Termal turistlerin tesislerden aldıkları hizmetten memnun olmadıkları boyutun fiziksel donanımlar olduğu görülmüştür. Termal turistlerin, fiziki anlamda Karacasu Küçük Kaplıca Otel ve Bolu Termal Otelden memnuniyet düzeyleri düşük çıkmıştır. Bunun nedeni olarak Karacasu Küçük Kaplıca Otel'in eski bir bina ve donanıma sahip olması ile Bolu Termal Otel'in Gazelle Resort ve Spa Otel'e göre

yapı olarak eski olmasının memnuniyet düzeyinin düşük çıkmasına neden olduğu söylenebilir. Gazelle Resort ve Spa Otel ile Bolu Termal Otel'in birbirlerine yakın oluşu ve hizmetlerinin aynı olmasına karşılık mimari yapı farklılığının memnuniyeti fazlasıyla etkilediğini göstermiştir. Karacasu Küçük Kaplıca Otelin donanım açısından değişiklik yaratması gerektiği ve Bolu Termal Otel'in fiziki anlamda büyük bir eksiği olmadığı için rekabet amaçlı mimari yönden turistlerin ilgisini çekecek değişik bir görünümle memnuniyet düzeyini yükselteceği için değişim önerilebilir.

3) Evli turistlerin memnuniyetinin bekarlara göre fiziki donanım ve güvenilirlik boyutlarında düşük olduğu görülmüştür. Termal tesislerin çocuklar için animasyon, spor ve eğlence alanlarında eksikliklerinin olması, evli turistlerin memnuniyet düzeyini düşürmüştür. Bekarların ise tekrar gelme boyutunda, yetişkinler için eğlence imkanlarının az ya da yetersiz oluşu memnuniyet düzeyini düşürerek turistlerin tekrar gelmeyi istememelerine neden olmuştur. Bolu'daki termal tesislere bakıldığında bekarlara hitap eder hale geldiği söylenebilir. Termal tesislerin eğlence ve aktiviteler düzenlemesi, çocuklu aileleri düşünerek imkanlarını geliştirmeleri önerilir. Turistlere, doğayla iç içe yürüyüşler ya da turistik çekici paketler ekleyerek memnuniyeti yükseltecekleri düşünülmektedir.

4) Bolu'daki termal turizme gençlerin katıldığı görülmektedir. Dünya'nın uygulamaya hazırlandığı uyku programları, diyet ve egzersiz programları gibi zindelik faaliyetlerini termal tesislerde vermeye başlayarak farklılık yaratabileceği için önerilebilir.

5) Bankacı, akademisyen, işçi gibi yoğun beden ve kafa gücü gerektiren mesleklerde çalışanlar için tesislerde masaj ve SPA hizmetleri daha düzgün verilebilir. Tesislerin bünyesindeki sağlık çalışanları, fizyoterapistler, küristler ve masörler bilen kişilerden seçilmeli ve tesislerde sürekli bilen çalışanların bulundurulması turistlerin memnuniyet düzeyini arttıracağı için önerilebilir.

6) Yakın şehirlerde yaşayan turistlerin Bolu'daki termal tesisleri daha çok tercih ettikleri ve kısa konaklamalar gerçekleştirdikleri görülmüştür. Bolu'nun termal tesisleri ve termal turizminin bilinirliğinin artması için tanıtım eksikliği giderilmelidir.

7) Turistlerin “termal tesislere kimin tavsiyesi ile geldiniz?” sorusuna akraba/arkadaş tavsiyesi ile geldiklerini söyleyenlerin çoğunlukta olduğu görülmüştür. Tesislerin internet sitesi, akraba ve arkadaş tavsiyesinden sonra gelmektedir. Bu durum, tanıtım eksikliğinin olduğunu ve giderilmesi için tesislerin internet sayfalarındaki tanıtımlarına önem vermesi gerektiğini göstermektedir. Termal tesislerin internet sayfalarındaki tanıtım ve hizmetleri yenileyerek sürekli güncel tutmaları önerilebilir.

KAYNAKÇA

Acayıp, E. (2012). "Termal Turizm İşletmelerinde İç ve Dış Müşteri Tatmini İlişkisi Çeşme Bölgesinde İşletmelerinde Bir Uygulama", Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adnan Menderes Üniversitesi.

Akat, Ö. (2000). *Pazarlama Ağırlıklı Turizm İşletmeciliği*, Motif Matbaa, 3. Basım, Bursa,

Akbolat, M. ve Deniz, N.G. (2017). "Türkiye'de Medikal Turizmin Gelişimi ve Bazı Ülkelerle Karşılaştırılması", Uluslararası Global turizm Araştırmaları Dergisi, Cilt:1, Sayı:2.

Akbulut, G. "Türkiye'de Kaplıca Turizmi ve Sorunları", Sosyal Bilimler Dergisi, Gaziantep Üniversitesi, 9(1), 2010: 35-54.

Akgül, C.C. (2014). "Müşterilerin Sürdürülebilir Termal Turizm Hizmet Kalitesi Algıları İle Genel Memnuniyet Düzeyi İlişkisi: Gönen Örneği", Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir Üniversitesi,

Aksu, C. ve Aktuğ, E. (2011). "Güney Ege Bölgesi Termal Turizm Araştırması", Güney Ege Kalkınma Ajansı.

Altın, U. Bektaş, G. Antep, Z. ve İrban, A. (2012, a). The International Patient's Portfolio and Marketing of Turkish Health Tourism", Procedia, Social and Behavioral Sciences(58), ss. 1004-1007,

Altın, U. Bektaş, G. Antep, Z. ve İrban, A. (2012, b). "Sağlık Turizmi ve Uluslararası Hastalar İçin Türkiye Pazarı", Acıbadem Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Dergisi, Cilt: 3, Sayı: 3.

An-Deva Sağlık Grubu, (2004). İkinci Antalya Sağlık Zirvesi Sonuç Bildirgesi, Antalya.

Aydın, O. (2012). "Türkiye'de Alternatif Bir Turizm: Sağlık Turizmi", Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi, Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 14/23, ss. 91-96.

Aydın, D. (2008). "Sağlık Turizminde Komşu Ülke Avantajı", Sağlık Turizmi Bülteni, Yıl: 1, Sayı: 5.

Aypek, N. Aydın, D. Aktepe, C. Şahbaz, R. P. ve Arslan, S. (2011). "Türkiye'de Medikal Turizmin Geleceği", Ankara.

BAKA (Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı) (2013). "Sağlık Turizmi Sektörü Raporu".

Barca, M. Akdeve, E. ve Balay, G. İ. (2013). "Türkiye Sağlık Sektörünün Analizi ve Stratejileri Örneği", İşletme Araştırmaları Dergisi, 5/3, ss. 64-92.

Baysal, D. (2016). "The Contribition of Health Tourism to Turkish Tourism Income:2000-2015", Balkan Sosyal Bilimler Dergisi.

Bilgili, B. (2011). "Terapatik ve Rekreasyon Modelleme Çalışması Araştırma Raporu", MARKA, Bolu Sağlık Turizmi Yatırımcılarını ve Ziyaretçilerini Arıyor Projesi.

Bilim, Y. (2015). Dünya'da Medikal Turizm. Saadet Pınar Temizkan (Ed.), Sağlık Turizmi (s. 101-125). Ankara: Detay.

Bozok, D. (2005). "Türk Hamamı ve Geleneklerinin Turizme Uygulanışı", Sosyal Bilimler Dergisi.

Bucak, T. ve Özkaya, E. (2013). "Çanakkale İlinin Termal Turizm Potansiyeli", Aksaray Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt: 5, Sayı: 2.

Connel, J. (2013) "Contemporary Medical Tourism: Conceptualisation, Culture and Commodification" Tourism Management, ss. 34.

Çatı, K. ve Koçoğlu, C. M. (2008). "Müşteri Sadakati İle Müşteri Tatmini Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma", Sosyal Bilimler Dergisi, Selçuk Üniversitesi.

Çelik, A. (2009, a). "Sağlık Turizmi Kapsamında Termal İşletmelerde Sağlık hizmetleri Pazarlaması Ve Algılanan Hizmet Kalitesi: Balçova Termal İşletmesinde Bir Uygulama", Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Dokuz Eylül Üniveristesi.

Çelik, S. (2009, b). "Afyonkarahisar'da Uluslararası Termal Turizm Destinasyonu Oluşturma Potansiyelinin Analizi", Doktora Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyon Kocatepe Üniversitesi.

Çetin, T. (2011). "Termal Turizm Potansiyeli Açısından Kozaklı (Nevşehir) Kaplıcaları", Turkish Studies, International Prediodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic, Volume: 6/1, ss. 878-902.

Çetinkaya, T. (2010). "Sağlık Turizmi Açısından Bursa İlinin Pazarlanabilirliği Konusunda Sağlık Çalışanlarının Görüşlerinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma", Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya Üniversitesi.

Çiçek, R. ve Adveren, S. (2013). "Sağlık Turizmi Açısından İç Anadolu Bölgesindeki Kaplıca ve Termal Tesislerin Mevcut Yapısının ve Potansiyelinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma", Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 15(25), ss. 25-25.

Çontu, M. (2006). "Alternatif Turizm Çeşitleri ve Kızılcahamam Termal Turizm Örneği", Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Abant İzzet Baysal Üniversitesi.

Daştan, İ. (2014). "Türkiye'de Sağlık Turizmi: Türkiye ve Özelinde İzmir'de Sağlık Turizminin Mevcut Durum Analizi Ve Strateji Önerileri", Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt: 6, Sayı: 10, ss. 143-163.

Demirer, Ö. E. (2010). "Türkiye'de Medikal Turizm Ve Geliştirilmesi: Örnek Bir Araştırma.", Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi.

Deniz, M. (2016). "Türkiye Sağlık Turizmi ve Seçilmiş Ülkelerle Karşılaştırılması", Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Atılım Üniversitesi, Ankara.

Devlet Planlama Teşkilatı, (1995). “Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı 1996-2000”, Ankara.

Devlet Planlama Teşkilatı, (2000). “Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı 2001-2005”, Ankara.

Devlet Planlama Teşkilatı, (2006). “Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı 2007-2013” Ankara.

Devlet Planlama Teşkilatı, (2011). “Onuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı 2014-2018”, Ankara.

Dinçer, M. Z. Çifçi, A. M. ve Karayılan, E. (2016). “Gelişmekte Olan Ülkelerde Medikal Turizm: Türkiye'nin Tayland, Malezya ve Hindistan’a göre Potansiyelinin Değerlendirilmesi”, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı:1.

Dinler, Z. (2000). *Bilimsel Araştırma Ve İnternete Bağlı Bilgi Merkezleri*, Ekin Kitabevi Yayınları, Bursa.

Dökme, S. Parlayan, M. A. ve Yağar F. (2007). “Adana İlinin Medikal Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi”, Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, Yıl: 5, Sayı: 42, ss. 298-320.

Dünya’da ve Türkiye’de Sağlık Turizmi, (2010). Dünya’da Termal Turizmin Kısa Tarihçesi. Doç. Dr. Mehmet Kaşlı, Yrd. Doç. Dr. Cüneyt Tokmak, Araş. Gör. Ebru Aslaner, Araş. Gör. Barış Demirci, Araş. Gör. Orhan Can Yılmazdoğan (Ed.), Dünya’da Termal Turizmin Kısa Tarihçesi (s.48). Eskişehir: BEBKA.

Edinsel, S. ve Adıgüzel, O. (2014). “ Türkiye’nin Sağlık Turizmi Açısından Son Beş Yıldaki Dünya Ülkeleri İçindeki konumu ve Gelişmeleri”, Çankırı Karatekin Üniversitesi, İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt: 4, Sayı: 2, ss. 167-190.

Eleren, A. (2007). “Müşteri Beklentilerine Dayalı Bir Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeli: Termal Otel İşletmeciliğinde Bir Uygulama”, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Afyon Kocatepe Üniversitesi.

Emitt. (2017). “Turizm İstatistikleri” 21. Doğu Akdeniz Uluslararası Seyahat ve Turizm Fuarı.

Erer, S. ve Erdemir, D. A. (2004). “Bursa Karamustafa Kaplıcasının Türk Tıp Tarihindeki Yeri ve Geleneksel Tedaviler Açısından Önemi”, Türkiye Klinikleri ve Tıp Bilimi Dergisi, Tıp Etigi-Hukuku-Tarihi, ss. 12: 44-50.

Freire, N. A. (2012). "The Emergent Medical Tourism: Advantages and Disadvantages of the Medical Treatments Abroad", *International Business Research*, Vol:5, No: 2.

Gençay, İ. C. (2010). “Kurumsal Performans Değerleme ve Termal Turizm İşletmelerinde Kurumsal Performans Karnesi Oluşturulmasına Yönelik Model Önerisi”, Doktora Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziosmanpaşa Üniversitesi.

GHR, (2017). “2016-2017 Global Buyers Survey Brief” *International Healthcare Resource Center*.

Göyün, D. (2001). “Kızılcahamam Sey Kaplıcalarının Termal Turizm Acısından Değerlendirilmesi”, Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara Üniversitesi.

Gündüz, H. (2015). “Sağlık Turizmi Kapsamında Pamukkale Termal Kaynaklarının Değerlendirilmesi ve Sağlık Bakanlığı Belgeli Otellerde Müşteri Memnuniyetinin Belirlenmesi”, Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir Katip Çelebi Üniversitesi.

GWI, (2016). “Global Wellness Economy Monitor January 2017”, 2016-2017.

GWS, (2016). “8 Wellness Trends for 2017 and Beyond”.

Harahsheh, S. S. (2002). "Curative Tourism In Jordan And Its Potential Development", Yüksek Lisans Tezi, Bournemouth University.

Hunt, A. (2016). “Inbound Medical Tourism and Visa Reform: How Increasing Accessibility For Foreign Patients can Decrease American Healtcare Costs.”, *Houston Journal of International Law*, Cilt:35, Sayı: 1.

Işık, F.A. (2016). “Algılanan Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyeti Üzerine Etkisi: Termal Otellerde Bir Araştırma, *Uluslararası Sosyal Araştırma Dergisi,* Cilt:9, Sayı: 47.

İçöz, O. (2014). "Sağlık Turizmi Kapsamında Medikal(Tıbbi) Turizm Ve Türkiye'nin Olanakları", *Journal of Yaşar University,* Cilt: 4, ss. 2260-2261.

İlker, G. (2012). “Türkiye’de Termal Turizme Yönelik Hizmet Veren Konaklama İşletmelerinde Pazarlama Karması Elemanları: Örnek Bir Alan Araştırması”, Doktora Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Selçuk Üniversitesi.

Karababa, A.G. (2017). “Türkiye’de Sağlık Turizminin Ekonomik Yönü”, *Türk Sosyal bilimler Araştırmaları Dergisi*, Hasan Kalyoncu Üniversitesi, Cilt: 2, Sayı: 2.

Kaşlı, M. Tokmak, C. Aslaner, E. Demirci, B. ve Yılmazdoğan, C. O. (2012). “Bursa, Eskişehir, Bilecik’te Termal Turizm Sektör Raporu”, BEBKA, Eskişehir.

Kırkbir, F. (2007). “Türkiye’de Termal Turizm Pazarlamasında Müşteri Sadakatine Yönelik Yapısal Bir Model Önerisi”, Doktora Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Karadeniz Teknik Üniversitesi.

Kostak, D. (2007). ” Turizm Hareketleri (Türkiye Örneği Üzerinden Sağlık, Turizmi)”, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Marmara Üniversitesi.

Kozak, N. Kozak, M.A. Kozak, M. (2010). *Genel Turizm İlkeler ve Kavramlar*, Detay Yayıncılık, 10. Baskı, Ankara.

Kök, M. (2013). “Sağlık Turizm Açısından Termal Turizm (Denizli Örneği)”, Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Beykent Üniversitesi, İstanbul.

Kültür ve Turizm Bakanlığı, (2007). “2023 Turizm Stratejisi Eylem Planı 2007-2013”, Ankara.

Memiş, U. A. ve Ekenci, G. (2007). “Spor Merkezlerinde Müşteri Memnuniyeti Ankara İli Örneği”, *Gazi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, Sayı: 12, Cilt:1.

MARKA, (2014). “Bolu Yatırımcı Rehberi”, Doğu Marmara Kalkınma Ajansı.

Moloğlu, V. (2015). “Yükselen Bir Değer Olan Medikal Turizmin Türkiye Ekonomisine Katkısı”, *Session 5D,* Mikroekonomi.

Orman ve Su İşleri Bakanlığı Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü, (2016). “Bolu Tabiat Turizmi Geliştirme Planı”, *9. Bölge Müdürlüğü,* Bolu.

Özalp, G. (2005). "Sağlık Turizmi", *Hastane Dergisi*, Ankara, Sayı: 7, Cilt: 34, 2005.

Özbek, D. ve Özbek, T. (2008). “Jeotermal Kaynakların Sağlık ve Termal Turizme Entegrasyonu”, *Haber Bülteni Dergisi*.

Özcan, E. (2005). “Bolu İlinde Turizmi Etkileyen Faktörler İle Doğal, Tarihi Ve Kültürel Turizm Değerleri” *Gazi Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, Cilt: 25, Sayı:1, 2005.

Özcan, Z.K. ve Aydın V. (2015). Sağlık Turizmi(Teori ve Politika). Umuttepe Yayınları, Kocaeli.

Özdemir, C. ve Konak, S. (2015) Medikal Turizm Kavramı ve Türkiye’de Medikal Turizm. Dr. Saadet Pınar Temizkan(Ed.), Sağlık Turizmi(s. 75-99). Ankara: Detay.

Özdemir, E. (2009). “Cinsiyet Bazlı Farklılıklar ve Erkek Tüketicilere Yönelik Pazarlama Stratejileri”, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi,* Cilt: 8, Sayı:29.

Özen, Y. (2010). “Türkiye’de Sağlık Turizmi İşletmeciliğinde Franchising Sisteminin Uygulanabilirliğine Yönelik Bir Araştırma”, Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Hacettepe Üniversitesi.

Özgen, Ü. (2011). “Termal Turizm Açısından Afyonkarahisar İlinin Swot Analizi İle Değerlendirilmesi”, Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyon Kocatepe Üniversitesi.

Öztürk, Y ve Yazıcıoğlu, İ. (2002). “Gelişmekte Olan Ülkeler İçin Alternatif Turizm Faaliyetleri Üzerine Teorik Bir Çalışma” *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*.

Paylaşım (2015). “Türkiye Sağlık Turizmi Potansiyelini Yakalayabilecek mi?”, *Üç Aylık İletişim Dergisi*, Türkiye Finans, Rize Kent Dosyası, Sayı: 33.

Pırnar, İ. (2008). ”Turizm Çeşitlendirmesi Kapsamında İzmir’de Termal Turizmin Tedavi Amaçlı Kullanımı ve Ekonomik Değeri”, Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Dokuz Eylül Üniversitesi.

Sağlık Bakanlığı. (2012). Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü, “Sağlık turizmi El Kitabı” *BMS Matbaacılık,* Ankara.

Sandıkçı, M. (2008). “Termal Turizm İşletmelerinde Sağlık Beklentileri ve Müşteri Memnuniyeti”, Doktora Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyon Kocatepe Üniversitesi.

Sav, D. (2016). “Müşteri Beklentileri Ve Memnuniyetinin Stratejik Planlama Açısından Değerlendirilmesi: Afyonkarahisar İlindeki Termal Turizm İşletmeleri Üzerinde Bir Araştırma”, Doktora Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul Ticaret Üniversitesi, İstanbul.

Solak, M. (2017). “Medikal Turizmi ve Geleceği”, *Afyon Kocatepe Üniversitesi,* Sağlıkta Ortak Çözüm Toplantıları 8, OHSAD, 26-30 Nisan, Antalya.

Şahin, G. (2015). “Termal Turizm İşletmelerinde Konaklayan Müşterilerin Medeni Durum ve Cinsiyet Değişkenlerine Dayalı Olarak Memnuniyetlerinin Belirlenmesi: Antakya İlçesi Otelleri Örneği”, Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çağ Üniversitesi.

Taktak, F. ve Demir, H. (2010). “Termal Otel Geliştirme: Afyonkarahisar Örneği”, *Harita Teknolojileri Elektronik Dergisi*, Cilt: 2, No: 1, ss. 20-35.

Tavşan, S. (2010). “Termal Turizm İşletmelerinde Müşteri Şikayetlerinin Analizi Üzerine Bir Alan Araştırması”, Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Dumlupınar Üniversitesi, Kütahya.

Temizkan, R. (2005). “Turist Rehberlerinin Türkiye İmajını Algılamaları”, Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mustafa Kemal Üniversitesi.

Temizkan, S. P. ve Çiçek, D. Sağlık Turizmi Kavramı ve Özellikleri. Saadet Pınar Temizkan (Ed.), Sağlık Turizmi (s.11-36). Ankara: Detay.

Terzioğlu, H. S. (2009). “Türkiye’de Termal Turizm ve Nevşehir-Kozaklı Kaplıcası İncelemesi”, *Başkent Üniversitesi*, Turizm ve Otelcilik Bölümü, 4. Sınıf Dönem Projesi, Nevşehir.

Timur, B. (2015). “Termal Turizmde Hizmet Kalitesi, Algılanan Destinasyon İmajı Ve Tekrar Ziyaret Niyeti Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi”, Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi.

Timur, B. (2015). Turizm Kavramına Genel Bakış. Saadet Pınar Temizkan (Ed.), Sağlık Turizmi (s. 1-10). Ankara: Detay.

Tokmak, C. (2015). Termal Turizm. Saadet Pınar Temizkan (Ed.), Sağlık Turizmi (s. 37-73). Ankara: Detay.

Toprak, L. Elsaied, H. H. Mahmood, S. A. (2014). “Turizmin Yükselen Trendi Sağlık Turizmi ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi Örneği”, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi,* Sayı: 50(38-57), Cilt: 13.

Toy, S. Çatakçı, S. Eymirli, B. E. ve Karapınar, M. (2010). “Erzurum Termal Turizm Potansiyeli”, Kuzeydoğu Anadolu Kalkınma Ajansı, Turizm Raporları, No: 3.

Türksoy, A. ve Türksoy, S. S. (2010). “Termal Turizmin Geliştirilmesi Kapsamında Çeşme İlçesi Termal Kaynaklarının Değerlendirilmesi”, *Ege Akademik Bakış*, 10(1), ss. 699-725.

Türofed. (2017). “Turizm Raporu 2017”.

Ural, A. ve Kılıç, İ. (2013). “Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS İle Veri Analizi”, 4. Baskı, Detay Yayıncılık.

Ünal, A. ve Demirel, G. (2011). “Sağlık Turizmi İşletmelerinden Yararlanan Müşterilerin Beklentilerinin Belirlenmesine Yönelik Bolu İlinde Bir Araştırma”, *Elektronic Journal of Vocational Collages*, Aralık.

Yalçın, P. (2006). "Türkiye'de Sağlık Turizminde Alt Yapı Oluşturulma Gereği ve Sağlık Kurumlarına Yönelik Bir Araştırma", Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Gazi Üniversitesi.

Yırık, Ş. (2014). “Sağlık Turizmi Üzerine Antalya Destinasyonunda Bir Araştırma”, Yayınlanmış Doktora Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Akdeniz Üniversitesi, Antalya.

Zengingönül, O. Emeç, H. İyilikçi, E. D. ve Bingöl, P. (2012). “Sağlık Turizmi: İstanbul’a Yönelik Bir Değerlendirme”, *İstanbul Kalkınma Ajansı Ekonomistler Platformu*, İstanbul.

WHO. (2017). “Sağlık ve Sağlık Turizminin Tanımı”.

Witter S. (2002). “Briefing Paper for Oxfam GB, Health Financing ın Developing and Transtional Countries” *Centre For Health Economics University of York*, 22 January.

,

ELEKTRONİK KAYNAKLAR

http://www.aa.com.tr/tr/saglık/sağlık-turizminden-9-ayda-600-milyon-dolar/959662 (Çevrimiçi) [03.02.2018]

http://bolueksprès.com.tr (Çevrimiçi) [17.04.2018]

http://bolu.gov.tr/kultur-ve-turizm (Çevrimiçi) [12.04.2018]

http://www.bolutso.org.tr (Çevrimiçi) [20.04.2018]

http://www.cbc.ca/news2/background/healthcare/medicaltourism.html (Çevrimiçi)[17.12.2017]

http://www.cnc.com/topdestinationforhealthtourism.html (Çevrimiçi)[01.01.2018]

http://www.estespa.com/haberler/referans_isadamlari_SPA.asp (Çevrimiçi) [03.04.2018]

http://www.fortuneturkey.com// (Çevrimiçi) sağlık turizminde hedef 7 milyar dolar[15.01.2018]

http://www.ftnnews.com/Health-a-SPA/2017medicaltourism trends(Çevrimiçi)

[01.01.2018]

http://www.haberturk.com //dünya nüfusu yaşlanıyor (Çevrimiçi), [05.11.2017]

http://www.hurriyet.com.tr/2-bin-300-nufuslubeldetermalturizmdemerkez (Çevrimiçi) [31.12.2018]

http://kulturportali.gov.t/turkiye/bolu/TurizmAktiviteleri/bolukaplicalari (Çevrimiçi) [08.04.2018]

http://www.narven.com.tr (Çevrimiçi) [20.04.2018]

http://www.saturk.gov.tr(Çevrimiçi), Tüm Yönleriyle Sağlık Turizmi/ Dünya'da Sağlık Turizmi (a) [28.12.2017]

http://www.saturk.gov.tr (Çevrimiçi),/Ülkeler Sağlık Turizmi (b) [28.12.2017]

http://www.saturk.gov.tr(Çevrimiçi),/Tüm Yönleriyle Sağlık Turizmi/Sağlık Turizminde Türkiye Vizyonu (c) [08.01.2018]

http://www.turizmgazetesi.com/news.aspx=82645(Çevrimiçi) [22.02.2018](a)

http://www.turizmgazetesi.com(Çevrimiçi) Yükselen Trend "SPA& Wellness" İzzettin Yurtsever [07.04.2018]

http://yigm.kulturturizm.gov.tr(Çevrimiçi), [03.03.2018]

http://sonsöz.com.tr/turizm-de-bolu-yine-araplarin-tercih-ettigi-iloldu/398/(Çevrimiçi), [08.04.2018]

Ek 1: Anket Formu

BOLU İLİ TERMAL TURİZM POTANSİYELİ VE TERMAL TURİST PROFİLİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ ANKETİ

Sayın misafir;
Bu anketin sadece bilimsel amaçlarla veri toplamayı amaçladığını önemle belirtmek isterim.
Katkılarınızdan dolayı şimdiden çok teşekkür ederim.
Doç. Dr. Rahman TEMİZKAN (Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Turizm Fakültesi), Nergis DERELİ

1. Cinsiyet: ( ) Kadın ( ) Erkek

2. Medeni Durum: ( ) Bekar ( ) Evli

3. Yaşınız: ( ) 18-30 ( ) 31-40 ( ) 41-50 ( ) 51-60 ( ) 61 ve üzeri

4. Eğitim Durumunuz: ( ) İlköğretim ( ) Lise ( ) Ön Lisans ( ) Üniversite ( ) Lisansüstü Diğer .....

5. Meslek: ( ) İşçi ( ) İş yeri sahibi ( ) Özel Sektör Çalışanı ( ) Öğrenci ( ) Ev Hanımı ( ) Öğretmen ( ) Akademisyen ( ) Doktor ( ) Polis Diğer .....

6. Geliriniz: : ( ) asgari ücretin altında ( ) asgari ücret ( ) Asgeri ücret-3000 ( ) 3500-5000 ( ) 5000 TL -üzeri

7. Kalınan Otel Adı: ( ) Bolu Termal Otel ( ) Gazelle Resort Otel ( ) Karacasu Küçük Kaplıca Otel ( ) Bolu Yıldız Otel ( ) Narven Termal Tesisleri ( ) Mudurnu Sarot Tesisleri ( ) Mudurnu Babas Kaplıcaları ( ) Seben Pavlu Kaplıcaları

8. Bolu iline hangi şehirden geldiniz?

9. Bolu ilinde termal tesis olduğunu daha önceden biliyor muydunuz? ( ) Evet ( ) Hayır

10.Bolu'da bulunan termal tesislere kimin tavsiyesi ile geldiniz?(Sadece 1 Şık İşaretleyiniz) :

( ) Doktor ( ) Akraba/arkadaş ( ) Radyo/televizyon ( ) Katalog/ Broşür ( ) İnternet sitesi ( ) Gazete / dergi Diğer.....

11. Termal tesise geliş amacınız?(Sadece 1 Şık İşaretleyiniz): ( ) Sağlığıma yararlı olduğu için ( ) Tatil ( ) Dinlenme ( ) Sağlık kurumundan sevk edildim ( ) Rahatsız olan bir yakınıma refakatçi olarak Diğer:.....

12. Bolu ilindeki termal tesise kaçıncı kez geliyorsunuz? : ( )İlk kez ( )İkinci Kez ( )Üçüncü kez ( )Dördüncü kez ( )Beş ve Üzeri

13. Bolu ilinde bulunan termal tesiste kaç gün konaklayacaksınız?: ( )1-7 gün ( ) 8-14 gün ( ) 15-21 gün ( )22-29 gün ( ) 30 gün ve üzeri

14. Termal turizm hakkında bilginiz var mı? ( )Evet ( ) Hayır

15. Bolu ilinin termal potansiyeli, doğası veya tesisler hakkında ifade etmek istediğiniz bir düşünceniz varsa lütfen yazınız

Aşağıdaki ifadelere katılma derecenizi 1 ile 5 arasında bir puan vererek işaretleyiniz.

1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
16. Bolu ilindeki termal tesisler modern görünüme sahiptir.	☐	☐	☐	☐	☐
17. Bolu ilindeki termal tesislerde sağlık personeli sayısı yeterlidir.	☐	☐	☐	☐	☐
18. Bolu ilindeki termal tesislerde animasyon imkanları çocuklar için yeterlidir.	☐	☐	☐	☐	☐
19. Bolu ilindeki termal tesislerde spor imkanları çocuklar için yeterlidir.	☐	☐	☐	☐	☐
20. Bolu ilindeki termal tesislerde eğlence imkanları çocuklar için yeterlidir.	☐	☐	☐	☐	☐
21. Bolu ilindeki termal tesislerde animasyon imkanları yetişkinler için yeterlidir.	☐	☐	☐	☐	☐
22. Bolu ilindeki termal tesislerde spor imkanları yetişkinler için yeterlidir.	☐	☐	☐	☐	☐
23. Bolu ilindeki termal tesislerde eğlence imkanları yetişkinler için yeterlidir.	☐	☐	☐	☐	☐
24. Bolu ili termal tesislerinin termal havuz hizmetleri yeterlidir.	☐	☐	☐	☐	☐
25. Bolu ilindeki termal tesislerde hizmetler söz verilen sürede sunulur.	☐	☐	☐	☐	☐
26. Bolu ili termal tesislerinde gerçekleştirilemeyecek vaatlerde bulunulmaz.	☐	☐	☐	☐	☐
27. Bolu ilindeki termal tesislerde çalışanlar sağlık alanında bilgilidir.	☐	☐	☐	☐	☐
28. Bolu ilindeki termal tesislerde odalar söz verilen sürede hazırlanmaktadır.	☐	☐	☐	☐	☐
29. Bolu ilinde termal tesislerde çalışanlar nazik ve saygılıdır.	☐	☐	☐	☐	☐
30. Bolu ilinde termal tesislerde çalışanlar misafirlere yardım etmeye isteklidir.	☐	☐	☐	☐	☐
31. Bolu ilinde termal tesislerde temizlik ve hijyen kurallarına dikkat edilmektedir.	☐	☐	☐	☐	☐
32. Bolu ilindeki termal tesislerde çalışanların davranışları tutarlıdır.	☐	☐	☐	☐	☐
33. Bolu ilindeki termal tesisler misafirlerin dilek ve şikayetlerine karşı duyarlıdır.	☐	☐	☐	☐	☐
34. Bolu ilindeki termal tesislerde çalışanlar misafirlerle iyi iletişim kurabilmektedir.	☐	☐	☐	☐	☐
35. Bolu ilindeki termal tesislerde tedavi almayı ya da tatil yapmayı tercih ederim.	☐	☐	☐	☐	☐
36. Bolu ilindeki termal tesislere tekrar gelmeyi düşünürüm.	☐	☐	☐	☐	☐