



# SAĞLIK TURİZMİNDE TERMAL TURİZM VE SPA-WELLNESS TURİZMİNİN YERİ VE ÖNEMİ\*

 Güzel SİNER<sup>a</sup>

 Nazan TORUN<sup>b</sup>

## Öz

Bu çalışma, sağlık turizminin bir türü olan termal turizm ve SPA-wellness turizminin sağlık turizmindeki yeri ve önemini belirlemek amacıyla yapılmıştır. Nitel araştırma olan çalışmada çalışma grubu amaçsal örneklem yöntemi ile belirlenmiştir. Veriler görüşmeler neticesinde toplanmıştır. Yapılan görüşmelerde katılımcıların termal turizm ve SPA-wellness turizm ayrımı hakkında bilgisinin olmadığı, bugüne kadar ihmal edilen bir turizm olduğu ve ayrıca tanıtımlar ile bu turizmin potansiyel olarak gelişmeye açık olduğunu düşündükleri tespit edilmiştir. Termal turizm ve SPA-wellness turizminin gelişmesi için öncelikle mevcut durum tespit edildikten sonra uygun stratejiler hazırlanmalıdır. Ayrıca hem Sağlık Bakanlığının ilgili çalışanlarının hem bu hizmeti sunan işletme personelinin hem de aracı kurum personelinin eğitilmesi ve turizmin gelişmesi için devlet teşvikinin sağlanması önemlidir.

**Anahtar Kelimeler:** Medikal Turizm, Termal, SPA, Wellness Turizm.



---

\* Bu çalışma Dr. Öğr. Üyesi Nazan Torun danışmanlığında Güzel Siner'in hazırladığı "Türkiye'de sağlık turizminde termal turizm ve SPA-Wellness turizminin yeri ve önemi" başlıklı dönem projesinden yararlanılarak hazırlanmıştır.

<sup>a</sup> Ankara Haymana Devlet Hastanesi, gzsiner@gmail.com

<sup>b</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, nazansf@gmail.com

## THE PLACE AND IMPORTANCE OF THERMAL TOURISM AND SPA- WELLNESS TOURISM IN HEALTH TOURISM

### Abstract

This study was conducted to determine the place and importance of thermal and SPA- wellness tourism which are type of health tourism. In the study with qualitative research, the study group was determined by the purposeful sampling method. The data were collected through interviews. During the interviews, it was determined that the participants have no clear information about the differences between thermal and SPA-wellness tourism and they think that it is a neglected tourism so far and they also think that this tourism is potentially open to development. For the development of thermal tourism and SPA-wellness tourism, appropriate strategies should be prepared after determining the current situation. It is also important to train both the relevant employees of the Ministry of Health, the operating personnel providing this service, and the intermediary institution personnel and it is also important to provide government incentives for the development of tourism.

Keywords: Medical Tourism, Thermal, SPA, Wellness Tourism



### Giriş

Turizmin bacasız fabrika deyimi ile ülke ekonomisine sağladığı katkı bilinen bir gerçektir. Ülkeler turizm payından elde ettiği pazarı artırmak için çeşitli turizm alternatiflerini kullanmaktadır. Teknolojinin ilerlemesi ile birlikte İnsanların kendi sağlıklarına ilişkin farkındalıklarının artması, çağdaş yaşam tarzındaki değişimler, boş zamanlarını etkili değerlendirme isteği ve gelirler düzeyinin artması sağlık turizmine olan ilgiyi artırmıştır (Vrkljan & Grazio, 2017). Bu kapsamda günümüzde insanın beden ve ruh bütünlüğünü geliştirmeyi, amaçlayan masaj, akupunktur, hidroterapi, refleksoloji gibi tamamlayıcı ve alternatif tedavilere, manikür ve pedikür, egzersiz, diyet gibi aktiviteleri içeren termal ve “Selus Per Aqua” (SPA)-wellnes turizme olan talep giderek artmaktadır (Anderssen, 2016). Termal turizm ve spa-wellness turizmin her mevsim uygulanması açısından geleneksel turizm göre birçok avantajı bulunmaktadır.

Dünyada termal turizm ve SPA-wellness turizm büyük bir pazara sahip olup, ülke ekonomisine de büyük katkı sağlamaktadır. Bugün dünyada birçok ülkeye; Almanya'ya ve Macaristan'a yılda 10 milyon kişi, Rusya'ya 8 milyon kişi, Fransa'ya yaklaşık 1 milyon, İsviçre'ye 800 bin kişi, Japonya'nın Beppu şehrine 13 milyon kişi sadece termal turizm amaçlı olarak gitmektedir

(Aklanoğlu, 2008). Tüm dünyada oldukça geniş bir pazara sahip olan termal turizm, sadece Avrupa ve Amerika'da yaklaşık 25-30 milyar dolarlık bir gelir yaratmaktadır. Aynı zamanda Termal turizm gibi SPA ve wellness turizminde pazar payı büyüktür (Özdemir, 2015). Global Wellness Enstitüsünün Raporunda wellness turizmin, iki büyük ve büyüyen endüstrinin güçlü kesişimi olarak 2.6 trilyon dolar turizm endüstrisi ve 4.2 trilyon dolar sağlık endüstrisinin bulunduğu belirtilmiştir. SPA turizm, wellness turizmi içinde temel bir hizmettir ve wellness turizmi ekonomisinin önemli bir bölümünü oluşturmaktadır. Aynı raporda SPA turizmin 2012 yılında uluslararası ve yurt içi 224,9 milyon turisti ile 179,7 milyar dolarlık pazara sahip olduğu belirtilmiştir (Global Wellness Institute, 2018).

Literatür incelendiğinde; özellikle sağlık turizminin ülkelerin kalkınması ve ekonomik katkısı yönünden yapılan çalışmaların çoğunlukla medikal turizm alanında yapıldığı dikkat çekmektedir. Ancak termal turizm ve SPA-wellness turizmi en eski tarihlerden beri bilinen bir turizm çeşidi olmasına rağmen medikal turizm kadar gündeme fazla gelmemiştir. Ayrıca Türkiye'de termal turizm ile yapılan çalışmaların çoğunluğunun yöresel termal turizmin potansiyelinin belirlenmesine yönelik olduğu, termal turizmde pazarlama ve yönetime ilişkin yapılan çalışma sayısının yetersiz olduğu belirtilmektedir (Gül vd., 2018). Bu doğrultuda termal turizm ve SPA - wellness turizmin sağlık turizmin içindeki yeri, önemi ve ülkeye olan katkısını ortaya koymak amacıyla bu çalışma yapılmıştır. Bu bağlamda değerlendirildiğinde çalışmanın alan yazındaki bu boşluğa katkısı olacağı düşünülmektedir. Aynı zamanda bu çalışma bu turizmin sektörünün farklı boyutlarında yer alan kişilerin, görüşlerinin belirlenmesi açısından önemli bir çalışma niteliğindedir.

#### **A. Gereç ve Yöntem**

Çalışmada, nitel araştırma yöntemlerinden fenomenolojik desen kullanılmıştır. Fenomenolojik desende bireylerin bizzat deneyimlediği olgulara ilişkin yorumlarına yakından bakarak, zihinlerindeki bilişsel yapıları açığa çıkarmayı amaçlamaktadır (Creswell, 2014). Bu nedenle bu çalışma, termal ve SPA-wellness turizm sektöründe çalışanların bizzat deneyimledikleri termal ve SPA-wellness turizmin sağlık turizminde yeri ve önemi hakkındaki görüşlerini daha doğru bir şekilde ortaya koymayı sağlayacağı düşüncesiyle fenomenolojik desende yürütülmüştür.

Seçkisiz olmayan örnekleme yöntemleri, derinlemesine araştırma yapabilmek amacıyla çalışmanın amacı bağlamında bilgi açısından zengin

durumların seçilmesidir. Nitel çalışmalarda çoğunlukla görüşme yapılacak bireylerin seçiminde, evreni temsil etmeden çok araştırma konusuyla doğrudan ilgili olup olmadıklarına bakılmaktadır (Neuman, 2012). Bu kapsamda çalışma grubu, zengin bilgiye sahip olduğu düşünülen durumların derinlemesine çalışılmasına imkan verdiği için amaçsal örnekleme yöntem ile belirlenmiştir (Yıldırım & Şimşek, 2008) Bu doğrultuda çalışma grubu termal turizmi ve SPA-wellness turizmi sunan otel yöneticileri, Sağlık Bakanlığında onay almış sağlık turizmi aracı kurumlar ile Sağlık Bakanlığının sağlık turizmi ile ilgili birimlerde yönetici pozisyonunda olan kişiler olarak belirlenmiştir. Çalışma grubu 23-72 yaş aralığı olan yedisi kadın yirmi dördü erkek olmak üzere toplam 31 kişiden oluşmaktadır.

Çalışmaya katılan katılımcılar ile araştırmacı tarafından yüz yüze yarı-yapılandırılmış görüşmeler veya telefon ile görüşmeler yapılmıştır. Görüşmeler, Mart - Nisan 2019 tarihleri arasında veri doygunluğu elde edilene kadar devam edilmiştir. Görüşmeler 20-45 dakika arasında değişkenlik göstermiştir.

Yarı Yapılandırılmış Görüşme Formu iki bölümden oluşmaktadır: Birinci bölümde katılımcılara ait tanıtıcı özelliklerini belirlemeye yönelik (yaş, cinsiyet, eğitim durumu, meslekte ve sağlık turizminde çalışma süresi) 5 soru maddesi bulunmaktadır. İkinci bölümde ise yer alan sorular ise literatürde daha önce yapılan çalışmalar incelenerek hazırlanmış olup, katılımcıların sağlık turizmi, sağlık turizmi türlerinden olan termal ve SPA-wellness turizminin sağlık turizmindeki yeri ve önemi hakkındaki görüşlerinin, termal ve SPA-wellness turizminin geliştirilmesi için yapılması gerekenleri, beklentileri ve önerileri ortaya koymak amacıyla, açık uçlu (7 soru) sorulardan oluşmaktadır.

Araştırmanın yapılması için etik onay Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesinin etik kurulundan (15.03.2019 tarih 85 sayılı) alınmıştır. Araştırmada tüm prosedürler Helsinki Dünya Tıp Birliği Deklarasyonu ilkelerine uygun olarak uygulanmıştır. Çalışma, gönüllü olarak katılmak isteyen katılımcılar ile gerçekleştirilmiştir. Görüşmeye başlamadan önce katılımcılara çalışma hakkında bilgi verilmiş olup, katılımcıların araştırmaya gönüllü olarak katıldıklarına dair yazılı onamları (Telefon ile yapılan görüşmelerde onam formu katılımcının mailine iletilerek, formu imzalaması ve tekrar mail atması istenmiştir) alınmıştır. Görüşmeye katılan katılımcıların kimlikleri gizlenmiş ve çalışma bulgularında isim kullanılmamıştır. Görüşmelerden alıntılar, araştırmacı tarafından belirlenen kodlarla (N1, N2, N3, vb.) aktarılmıştır.

Katılımcıların demografik özellikleri, sayısal değişkenler ortalama  $\pm$  standart sapma ve Median [Inter Quartile Range (IQR)] ile gösterilirken kategorik değişkenler ise sayı ve yüzde şeklinde gösterilmiştir.

Niteliksel verilerin analizinde ise içerik analizi (content analysis) yöntemi kullanılmıştır. Nitel verilerin analiz süreci 6 basamakta gerçekleştirilmiştir. Analiz basamakları sırasıyla; (1) Verilerin analiz için hazırlanması ve düzenlenmesi (notların bilgisayar ortamına yazılması, verilerin çözümlenmesi), (2) Verilerin tamamının okunması, (3) Verilerin el ile kodlanması (oluşturulan kod kategorileri) (4) Temaların oluşturulması (5) Temaların bağlantılarının sağlanması (temanın oluşturulmasında kullanılan katılımcı ifadelerinin doğrudan alıntılarının kullanılması), (6) Temaların anlamlarının yorumlanması (Oluşturulan temaların anlam olarak araştırma sonucunda öğrenilen dersler nelerdir? sorusuna istinaden yorumlanması) (Creswell, 2014).

## B. Bulgular

24'ü (%77) erkek olan katılımcıların yaş ortalaması  $42\pm 2,1$  yıldır. Toplam çalışma süresi Median 180(IQR=168) ayken sağlık turizmi ile çalışma süresi median 2(IQR=84) aydır. Katılımcıların 23 (%74)'ü otelde çalışmakta iken, 21 (%68)'i lisans mezunudur (Tablo 1).

Tablo 1. Katılımcıların Özellikleri

Kategorik Değişkenler		n (%)
Cinsiyet	Kadın	7 (23)
	Erkek	24 (77)
Eğitim Durumu	Lise	5 (16)
	Lisans	21 (68)
	Lisansüstü	5 (16)
Çalıştığı Kurum	Otel	23 (74)
	Aracı Kurum	6 (19)
	Sağlık Bakanlığı	2 (7)
Sayısal Değişkenler		Ortalama $\pm$ Standart Sapma
Yaş		42 $\pm$ 2,1
		Median (Inter quartile range (IQR))
Sağlık Turizmi ile Çalışma Süresi(ay)		2 (84)
Toplam Çalışma Süresi (ay)		180 (168)

Yapılan görüşmelerde katılımcıların termal turizm ve SPA-wellness turizmi ayrımı hakkında bilgisinin olmadığı, bugüne kadar ihmal edilen bir turizm olduğu ve ayrıca tanıtımlar ile bu turizmin potansiyel olarak gelişmeye açık olduğunu düşündükleri tespit edilmiştir. Bu doğrultuda görüşmeler sonucunda üç tema oluşturulmuştur (Tablo2); Katılımcıların ifadeleri yazılırken katılımcıların kimliğini belli etmeyecek şekilde ifadelerin sonuna parantez içinde (N1, N2, N3,,,) şeklinde numaralandırılarak belirtilmiştir. Bütün söylemlere makalede yer verilemeyeceği için bazı katılımcıların söylemleri doğrudan alıntı olarak yer verilmiştir.

**Tablo 2.** Ana Temalar ve Katılımcı sayısı

Ana Tema	Alt Temalar	n
Bilinmeyen bir turizm	Bilgisi olmayan	10
	Sadece kaplıca/termal olarak bilen	19
	Sadece kaplıca/termalden ibaret olmayan	2
Bugüne kadar ihmal edilmiş olan bir turizm	İhmal edilmiş bir turizm	13
	Hedef kitlesi orta yaş ve üstü	9
	Pahalı bir sektör	6
Gelecek vaat eden bir turizm	Rahatlamak ve sağlıklı olma isteğinin artması	13
	Tanıtım faaliyetlerinin artırılması gerekliliği	21
	Devlet desteğinin olması gerekliliği	8

### 1. “Bilinmeyen Bir Turizm”

Bu tema, katılımcıların termal turizm ve SPA-wellness turizmi hakkında hiç bilgisinin olmadığı, daha önce duymadıkları ve bilenlerin ise sadece termal suyu/kaplıca suyu olarak bildikleri ile ilişkilidir. Katılımcılar ile termal turizm ve SPA-wellness turizmin önemi hakkında yapılan görüşmelerde katılımcılar (n=10) termal turizm ve SPA-wellness turizm hakkında “Fikrim yok” (N12) “Herhangi bir/bu konuda fikrim yok” (N5) şeklinde hiçbir fikirlerinin olmadıklarını, daha önce duymadıklarını “Hiç duymadım” (N1) veya “Bilmiyorum” (N15), “Bilгим yok” (N7) şeklinde bilmediklerini ifade etmişlerdir.

Katılımcıların üçte biri termal turizmi ve SPA-wellness turizmini bilmemekle beraber termal turizmi ve SPA-wellness turizmi hakkında bilgisi olan katılımcıların ise termal turizmi ve SPA-wellness turizmini sadece

Türkiye’de eskiden beri bilindiği “şifalı su kullanımının çok eskiye dayanması” (N3) (N14) ve eklem ağrılarında “insanların romatizma ve kireçlenme gibi hastalıkları olduğu için” (N20), (N23), cilt rahatsızlıklarında “vücut cilt sağlığı ve cilt hastalıkları için bu şifalı sular kullanılabilir.” (N13), kaplıca sularının kullanımı daha fazla olduğu için termal olarak bildikleri tespit edilmiştir.

Katılımcıların çoğunluğunun termal turizmi ve SPA-wellness turizmi hakkında net bir bilgisinin olmadığı görülse de yapılan iki görüşmede termal turizm ve SPA-wellness turizmin sadece kaplıcalardan ibaret olmadığı katılımcılar tarafından ifade edilmiştir.

“...banyo kürü, içme, inhalasyon çamur banyosu, fizik tedavi rehabilitasyon, egzersiz, psikoterapi, diyet eğlence ve rekreasyon amaçlı kullanılmaktadır.” (N11)

“Wellness turizmi kaplıca turizminin ile birlikte yürütülen turizm çeşidi konumunda olduğundan, wellness turizmini ayrıca değerlendirmek çok mümkün görünmemektedir.” (N31).

## 2. "Bugüne Kadar İhmal Edilmiş Olan Bir Turizm"

Yapılan görüşmelerde katılımcılar, her ne kadar termal turizm ve SPA-wellness turizmi hakkında fazla bilgisi olmadığı görülse de turizmin ülkeye ekonomisine katkısı “...ne kadar çok hasta gelirse ekonomi de o kadar çok canlandırır” (N10) ve ülkelerin tanınmış düzeyi açısından önemli olduğu ve bu doğrultuda bugüne kadar turizm çeşidi yönünden ihmal edildiğini “...bir ülke olarak kendi potansiyelimizin bile farkında değiliz... Haymana’nın kaplıca suyu dünyada 2.inci ancak bunun bilinirliği çok az” (N14), önem verilmediğini “Türkiye’de sağlık turizmine önem verilmemektedir” (N24), “Keşke Türkiye’nin %75- 80’i bu konuda bilinçlense” (N2) şeklinde ifade etmişlerdir.

“Türkiye’de sağlık turizmi açısından zengin doğal kaynaklarının olması nedeniyle 7.inci sıradadır. Ancak bu anlamda hizmet veren tesis sayısı çok az.”(N17)

“Türkiye’de en çok medikal turizm ön plana çıkmaktadır...Halbuki Türkiye termal suları ile dünyanın birçok ülkesinden daha iyi bir konuma ve doğal kaynağa sahiptir. Ancak yeteri kadar yatırıma ve tanıtıma önem verilmediğinden yeteri kadar payını alamamaktadır... termal turizm SPA-wellness turizmi yeni gelişen bir sektör olarak görülmektedir ancak ülkemizde yıllardır var olan ve bugüne kadar ülkemizde önem verme durumu çok geç kalmış bir durumdur.” (N25)

*“Geçmiş yıllarda wellness ve SPA bununla birlikte termal turizme pek önem verilmediğini görmekteyiz. Tesis sahipleri termal suyu banyo gibi bakmışlar ve yıllarca sadece yerli turist odaklı çalışmışlardır. Yurt dışına yönelik herhangi bir tanıtım faaliyetinde bulunmamış bu nedenle ülkemizde SPA ve termal turizm yerli turiste bağlı kapalı bir ekonomi olarak görülmüştür” (N29)*

Katılımcıların bazıları termal turizm ve SPA-wellness turizmin gelişmeme nedenleri olarak bu sektörün *“termallerin maliyetinin yüksek oluşundan”*(N2) ve *“..yeterli reklam ve devlet desteği çok az..”* (N9) olduğundan dolayı bugüne kadar ihmal edildiğini belirtmişlerdir.

Ayrıca görüşmelerde katılımcılar termal turizm ve SPA-wellness turizminin hedef kitlesi olarak sadece orta yaş ve çoğunlukla yaşlıların tercih ettiğini *“...daha çok yaşlı ve eklem bölgelerindeki rahatsızlık için insanlar termali tercih ediyor”* (N1) *“Şuan için genel olarak orta yaş ve üstü”* (N7) ifade etmişlerdir.

### **3. “Gelecek Vaat Eden Bir Turizm”**

Yapılan görüşmelerde katılımcılar, termal turizm ve SPA-wellness turizminin pazarlamasının fazla yapılmadığı için diğer turizm türüne göre popüler olmadığını belirtmişlerdir. Ancak insanların bu konuda bilinçlenmesi ve yoğun çalışma temposundan uzaklaşarak rahatlamak istemeleri *“Şehir hayatının stresinden uzaklaşmak isteyen kişiler tercih etmekte”* (N14), sağlık turizmdeki uygulamaların sağlığı olumlu etkilemesi *“.. termal suların faydalarının daha bilinirliği artmakta olduğundan ön plana çıkmaktadır”* (N6) nedeniyle termal turizm ve SPA-wellness turizminin gelecekte vaat eden bir turizm çeşidi olduğunu ifade etmişlerdir.

*“Termal, SPA-wellness turizminin gelişiminin insanımızın ekonomik refah düzeyi ile ilişkili olduğunu düşünüyorum. Bu itibarla refah düzeyi arttıkça insanlarımızın termal SPA-wellness turizmine olan ilgisi de o oranda artacaktır.”*(N11)

*“Sağlıkla ilgili son 5 yılda ilerleme görülmektedir çünkü daha önce insanlar sağlık için seyahate alışkın değillerdi. Fakat günümüzde insanların yaşam tarzları ve şartları değiştiği için sağlık turizmine ilgi artmıştır... Yenidir ve önemi daha yüksektir, ekonomiye katkısı göz ardı edilemez.”*(N19)

*“İnsanlar artık daha fazla kendileri için bir şeyler yapmak, yorgun şehir hayatından biraz olsun kurtulmak istedikleri için termal turizm ve SPA-wellness turizmi de bu kapsamda kendine önemli bir yer bulmuştur.”*(N25)



Termal turizm ve SPA-wellness turizminin gelişmesi ve ülke ekonomisine katkı sağlaması "...ekonomiye katkısı her geçen gün artmaktadır" (N13) açısından özellikle uluslararası pazarlama faaliyetlerinden tanıtım ve reklamların yapılmasının "...uluslararası tanıtım, pazarlamanın artırılması" (N31) "ülkümüzde ve diğer ülkelerde görsel işitsel medya kullanılıp, daha fazla fuarlar düzenlenip iyi bir tanıtım yapılabilir" (N3), tesis sayısının artırılmasının "Ancak bu anlamda hizmet veren tesis sayısı çok az" (N17) "Tesis sayısı çoğaltılmadır" (N10) yararlı olacağı katılımcılar tarafından ifade edilmiştir.

*"Wellness turizminde iyi yer edinmek istiyorsak öncelikle hizmet kalitemizi artırmalıyız... Tanıtım ve reklam programlarının işe yarayacağını düşünüyorum, kesinlikle kendimizi bu konuda geliştirmeliyiz. Gerisi kendiliğinden gelir zaten. Çünkü sağlık her zaman turizmde en önemli nedenlerinden biri olmuştur."*(N14)

Görüşmelerde, katılımcılar tarafından ayrıca tanıtım faaliyetlerinin az olmasıyla birlikte yapılan tanıtımların ise sadece oteller tarafından yapıldığı ve tanıtım faaliyetlerinin yeterli olabilmesi için bu faaliyetlerin aynı zamanda devlet tarafından "...devlet tarafından planlı bir çalışma yapılırsa daha etkili olacaktır" (N29) yapılması gerektiği ifade edilmiştir.

*"Termal turizm tanıtımlarını sadece termal otel yöneticileri ve işletmecilerinin tanıtım yaptığını düşünüyorum. Yeterli görmüyorum... Turizm Bakanlığımızın bu sağlık turizminin önemini dünyaya iyi tanıtımları termal tesislerin turizmin ihtiyaçlarını karşılar nitelikte olması için denetlemelerinde arttırmalarını istiyoruz."* (N23)

*"Turizm bileşenlerinin devlet katkısı ile bir araya gelerek öncelikle tesislerin bu konuda hizmet verecek kişilerin eğitim ve denetim mekanizmasını oluşturması, daha sonrasında ise bu kitlenin çok iyi bir biçimde tanıtım hizmetlerini yoğun aktif bir şekilde sürdürmesi gerekmekte olduğuna inanıyorum."*(N25)

### C. Tartışma

Termal turizm ve SPA- wellness turizmi birçok uygulamayı beraberinde getirmektedir. Termal turizm, doğal şekilde belirli sıcaklığa sahip olarak yer üstüne çıkan ve faydalı mineralleri içeren şifalı suların ve şifalı çamur ve buharların bulunduğu yörelerde, yöreye özgü iklim şartları içerisinde gerçekleşen turizm türüdür (Öztürk & Yazıcıoğlu, 2002). SPA, sadece su terapisini değil aynı zamanda çeşitli masaj ve aroma terapileri, güzellik ve bakım hizmetleri gibi farklı sağlık kürü uygulamalarını da kapsamaktadır

(Rančić vd., 2013). SPA gibi wellness ise insanın kendisini ruhsal, bedensel, zihinsel ve ilişkisel olarak iyi ve zinde hissetmesini sağlayan her türlü masaj, cilt bakımı, çamur ve yosun banyoları, küvet bakımları, thalassoterapi gibi doğa ve doğal ürünlerle sağlıklı yaşam yöntemleri ile yapılan vücut bakımları gibi uygulamaları kapsamaktadır (Özsarı & Karatana, 2013). Bu çalışmada katılımcılarının üçte biri termal turizm ve SPA-wellness turizminin ayrımın ne olduğunu bilmemekle beraber termal turizm ve SPA-wellness turizm hakkında bilgisi olan katılımcıların ise termal turizm ve SPA-wellness turizmini sadece kaplıca sularının kullanımlarına bağlı termal olarak tanımlamışlardır.

Çalışmada yapılan görüşmelerde katılımcılar her ne kadar termal turizm ve SPA-wellness turizmi ayrımı hakkında fazla bilgisi olmasa da ekonomik katkı ve ülkelerin tanınmışlık düzeyi açısından bugüne kadar turizm çeşidi yönünden ihmal edildiğini ve önem verilmediğini ifade etmişlerdir. Bu durum kaynak zenginliği açısından dünyada ilk 7 ülke arasında yer alan Türkiye'nin termal kaynakları, Avrupa'daki termal kaynaklara göre daha iyi özelliklere sahip olmasına rağmen bu alanda ülkeye gelen turist sayısı diğer ülkelere göre düşük olması ile doğrulanmaktadır (Türksoy & Türksoy, 2010). Bu doğrultuda ülkemizde sağlık turizminin gelişmesini sağlamak amacıyla Turizm Stratejisi 2023 ve Eylem Planı 2007-2013 kapsamında Türkiye'yi sağlık turizmi açısından cazibe merkezi haline getirebilmek için çeşitli yatırımlar yapılmaktadır (Aydın, 2012). Yapılan bir çalışmada Ayaş kaplıcalarının marka değeri oluşmasındaki engellerin; termal alan, ulaşım sorunu, belediye hizmetlerinin yeterli olmaması ve yakın çevrede turistik çeşitliliğin kısıtlı olması gösterilmiştir (Aksu, 2009).

Ayrıca çalışmamız sonucunda termal turizm ve SPA-wellness turizmini sadece orta yaş ve çoğunlukla yaşlıların tercih ettiği belirlenmiştir. Sandıkçı ve Gürpınar'ın yapmış olduğu çalışmada da kişilerin yaşları ve gelir düzeyi arttıkça kür merkezlerine verilen önem derecesinin arttığı izlenmiştir (Sandıkçı & Gürpınar, 2008). Buna karşın yapılan diğer bir çalışmada termal turizm amaçlı seyahat eden turistlerin yarıdan fazlasının 35 yaş altı yaş grubunda olduğu belirlenmiştir (Çetin, 2011). Her ne kadar termal turizm ve SPA-wellness turizmden orta yaş ve üstü yararlı olsa da bu turizmin pazarlaması yapılırken hedef kitlesi olarak yaş aralığı gibi kısıtlılığın getirilmemesi turizmin yaygınlaştırılması açısından önemli olabilir.

Yapılan çalışmalarda, Türkiye'de destinasyon imajı çalışmalarının yetersiz olduğu görülmekle beraber günümüz turistleri farklı turizm türlerine yönelme eğilimindedir. Bunlardan özellikle bireylerin kaliteli yaşam beklentisi,

boş zamanlarına ayırabilecekleri bütçelerinin artışı ile birlikte, insanların sağlıklarını korumak, daha verimli olabilmek ve bunun yanında hastalıklarına şifa bularak sağlıklarına kavuşmak amacıyla termal turizm türüne talep artışı gözlenmektedir (İlban vd., 2008; Tengilimoğlu, 2013). Belli bir yaş ve gelir düzeyine erişen kişiler sağlıklarının korunması ve rahatsızlıklarının giderilmesi amacıyla termal turizm talebi önemli bir kaynak oluşturmaktadır (Aslan, 1993). Çalışmamız sonucunda ülkemizde termal turizm ve SPA-wellness turizmin pazarlamasının fazla yapılmadığı için bilinirliğinin olmadığı ancak insanların bu konuda bilinçlenmesi, yoğun iş temposundan uzak kalarak rahatlamak istemeleri, turizmdeki uygulamaların sağlığı olumlu etkilemesi gibi nedenlerin bu alandaki turizm çeşidine olan talebin artıracığı düşüncesine ulaşılmıştır. Literatürde de termal turizm ve SPA-wellness turizmin kullanım amaçları çalışmada bulunan sonuç ile paralellik göstermektedir. Norveç'te yapılan bir çalışmada, sağlık sorunları olan insanlar ile rahatlamak ve stresli günlük yaşamlarından kaçmak isteyenler için sağlık oteli olarak adlandırılan otelde, otel çalışanları yaptıkları hizmetleri bir sağlık hizmeti olarak, kendilerini ise sağlık çalışanları olarak görmektedir (Anderssen, 2016). Başka bir çalışmada ise turistlerin termal turizmi en çok tedavi ve dinlenmek için tercih ettikleri tespit edilmiştir (Çetin, 2011). Şehirlerin stresli ortamlarından uzak kalarak dinlenmek, rahatlamak ve eğlenmek isteyen insanların sağlık ve zindelik buldukları yer olan kaplıcalar sağlık turizminin bir türü olarak ortaya çıkarak gelişme gösteren bir turizm türüdür (Aklanoğlu, 2008; İbret, 2007). Tayvan'ın kaplıca turizminin rekabet edilebilirliğini inceleyen çalışmada, yüksek kalite doğal kaplıca kaynaklarına sahip olduğu için avantajlı konumda olan Tayvan'ın sağlığı koruma yönelik yeni iş fırsatlarının oluştuğu ancak rakiplerinin ürün teklifleriyle eşleşmek için birlikte çalışmaya çabaya gösterilmesi gerektiği belirtilmiştir. (Lee & King, 2010).

Çalışmada, katılımcılar tarafından termal turizm ve SPA-wellness turizminin gelişmeme nedeni olarak tanıtımın yetersiz olması, pahalı olması ve devletin de bu konudaki desteğin az olması gösterilmiştir. Ayrıca çalışmada, katılımcılar tarafından termal turizm ve SPA-wellness turizminin gelişmesi ve ülke ekonomisine katkı sağlaması açısından özellikle uluslararası tanıtım ve reklamların yapılmasının ve bu alandaki tesis sayısının artırılmasının yararlı olacağı saptanmıştır. Aynı zamanda çalışmada Türkiye'de termal turizm ve SPA-wellness turizminin reklamların sadece oteller tarafından yapıldığı bunun ise yeterli olmadığı aynı zamanda reklamların devlet tarafından da yapılması gerektiği katılımcılar tarafından bildirilmiştir. Çin'deki sağlık turizminin

gelişmesinin en önemli nedeni olarak devlet desteği ile en uygun kitle iletişim araçları kullanılarak tanıtımın yapılması ve yeni bölgesel etkinlikler düzenlemesi olarak gösterilmiştir (Heung & Kucukusta, 2013). Niğde Nargöl termal bölgesinde yapılan bir çalışmada da özel girişimcilere tahsis edilen alanlar üzerindeki yatırımlarının devlet tarafından desteklenmesi, denetlenmesi ve hayata geçirilmesinin gerekli olduğu vurgulanmıştır (Öcal, 2011).

Yapılan bir çalışmada, termal turizmin gelişmesine yönelik bölgenin sahip olduğu termal tesislerin tanıtım ve pazarlanmasında uluslararası turizm ve seyahat organizasyonları, dernek, birlik ve sivil toplum kuruluşlarıyla sürekli işbirliği yapılması, sağlık ve termal turizm ile ilgili uluslararası fuar ve etkinliklere katılması gerektiği vurgulanmıştır (Türksoy & Türksoy, 2010). Yapılan diğer bir çalışmada da termal turizmin gelişmesi için en önemli koşulun, hem yurt dışında hem de yurt içinde yörenin potansiyel kaynaklarının tanıtımının doğru ve etkin bir şekilde yapılması gerektiği bildirilmiştir (Aklanoğlu, 2008). Benzer olarak, "Türkiye'de Kaplıca Turizmi ve Sorunlarını" belirlemeyi amaçlayan çalışmada, kaplıcaların tanıtımına yönelik festival, panayır ve kaplıca haftası gibi tanıtıcı etkinlikler düzenlenerek termallere yönelik ilginin artırılması ve kitle iletişim araçlarının kullanılması gerekliliği ortaya konulmuştur (Akbulut, 2010). Tengilimoğlu ve Sevin'in Türkiye'de termal turizmin hizmetlerinde yaşanan problemlerin belirlenmesine yönelik yapmış oldukları çalışmada termal turizm hizmetlerinde reklam, finansal, altyapı yetersizliği, kalifiye personel eksikliği, yetersiz kapasite, ulaşım, çevre sağlığı, örgütsel, personel eksikliği, yetersiz yasa ve peyzajın olduğu belirtilmiştir (Tengilimoğlu & Sevin, 2004).

Yapılan diğer bir çalışmada, sağlık turizmi açısından İç Anadolu Bölgesi'ndeki kaplıca ve termal tesislerin mevcut yapısı ve potansiyeli incelenmiştir. Çalışmada, İç Anadolu Bölgesi'ndeki kaplıca ve termal tesislere yurt dışından çok fazla müşteri gelmediği ve iç pazara yönelik çalışmaları ve buna yönelik pazarlama stratejilerini geliştirmeleri, tesislerin devlet tarafından hem finansman, hem yabancı dil bilen personel, hem de sağlık personeli açısından desteklenmesi gerekliliği ortaya konulmuştur (Çiçek & Avderen, 2013).

Afyonkarahisar kaplıca turizminde Türkiye'de akla gelen ilk illerden biri olmasına rağmen, Afyonkarahisar'ın termal turizm imajının ortaya konulması amaçlayan bir çalışmada; şehrin daha iyi bir termal turizm imajı sergileyebilmesi için, tanıtım faaliyetlerine gereken önemin verilmesi, şehirde

bulunan termal turizm işletmelerinde istihdam edilen iş görenlerin eğitim seviyelerinin yükseltilerek müşteri memnuniyetinin artırılması yönünde önerilerde bulunulmuştur (Oktay & Durmaz, 2009). Afyonkarahisar ilinde termal turizmin sürdürülebilir kılınması ve Afyonkarahisar ilinin termal turizmde önemli bir destinasyon haline gelmesi için devlet teşviklerden yeterince yararlanamama sorununun çözüm getirilmesi önerilmiştir (Sandıkçı & Özgen, 2013). Ege ve Marmara bölgesinin çoğu yerlerinde termal kaynaklar mevcut kapasiteleri değerlendirilmediğinden ve termal kaynak yönünden zengin olan İç Anadolu Bölgesi'nde ise yeterli girişim oluşturulmadığından Türkiye'deki termal kaynakların bölgelere göre değerlendirilmesi ve turizm potansiyellerinin ortaya konulması önem taşımaktadır (Akbulut, 2010).

Termal turizmin gelişmesini etkileyen sorunları belirlemeye yönelik çalışmada temel olarak pazarlama, rekreatif olanaklar, özel sektör girişimi, planlama, turizm çeşitliliği ve eğitilmiş işgücü konularında sorunlar bulunduğu ortaya konulmuştur (İlban & Kaşlı, 2009).

Son 5 yılda Türkiye'de sağlık turizm gelişimi için birçok kongreler, sempozyumlar ve bakanlıklar tarafından düzenlemeler yapılmaktadır. Termal turizmin gelişmesi için Denizli'nin ekonomisine katkı sunulması ve tanıtımı açısından büyük önem arz eden Termal Sağlık Turizmi Zirvesinin yapılması, Afyonkarahisar'da uluslararası katılım ile termal turizmde yeni iş modelleri ve büyük projeler geliştirmeye sağlayan Termal Sağlık Turizmi Kongresinin düzenlenmesi, Türkiye'yi sağlık turizminde dünyanın en başarılı markası haline getirmek vizyonuna sahip olan USHAŞ (Uluslararası Sağlık Hizmetleri Anonim Şirketi) kurulması bunlara örnek olarak verilebilir.

### **Sonuç**

Termal turizm ve SPA-wellness turizmin uygulamasının birçok avantajı ve katkısı bulunmasına rağmen Türkiye'de sadece çok az yerli turist ile sınırlı kalmaktadır. Termal turizm ve SPA-wellness turizmin Türkiye'de gelişmesi için öncelikle Türkiye'nin sahip olduğu kaplıca suları ve doğal taşlar gibi doğal kaynakların, tesis sayısı, insan gücü, coğrafi güzelliği, ulaşım kolaylığı gibi olanakların ve bunun nasıl değerlendirilmesi gerektiğinin ortaya konulması gerekmektedir. Mevcut durum ortaya konulduktan sonra bunların kullanıma ilişkin stratejiler hazırlanarak uygulamaya geçirilmelidir.

Aynı zamanda, Termal turizm ve SPA-wellness turizm hizmeti veren, planlayan, yöneten ve pazarlamasında aracı kurum olan kişilere öncelikle

termal turizm ve SPA- wellness turizm ne olduğu, avantajları, kullanım alanları konusunda farkındalıkları artıracak eğitimlerin verilmesi önem taşımaktadır. Bu eğitimler sayesinde kişiler bilinçlendirilerek termal turizm ve SPA- wellness turizm ülkeye ekonomik katkısı ve prestijinin artmasını sağlama konusunda katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Termal turizm ve SPA-wellness turizmin gelişmesi için öncelikle hedef kitlenin belirlenerek buna yönelik pazarlama stratejilerin belirlenmelidir. Ayrıca, pazarlama faaliyetlerinin ise sadece hizmeti sunan şirketler tarafından değil de ilgili bakanlıklar ile işbirliği içinde aracı kurumlar ve işletmeler tarafından yapılması termal ve SPA-wellness turizmin gelişmesi açısından önemlidir. İlgili bakanlıkların pazarlama konusunda destek sağlaması yanında aynı zamanda termal turizm ve SPA-wellness turizminin kullanılması ve açılması konusunda teşvikler de sağlaması termal turizm ve SPA-wellness turizminin bilinirliğinin ve kullanımının artması konusunda yararlı olacağı düşünülmektedir.

Günümüzde, insanların sağlığını geliştirmek için ihtiyaç duydukları rahatlama, dinlenme, eğlenme ve alternatif yöntemleri fırsat görerek onların ihtiyaç ve beklentilerinin tespit edilmesi termal turizm ve SPA-wellness turizmin faaliyetlerinin belirlenmesi konusunda önemli fikirler verecektir.

Türkiye'deki termal kaynakların daha çok tedavi amaçlı kaplıca kullanımına tahsis edildiği belirtilmektedir (Özşahin & Kaymaz 2013). Bu kapsamda termal suların hangi tür hastalıkların tedavisinde kullanıldığına ilişkin kanıta dayalı tanıtım çalışmalarının yapılması termal turizminin gelişmesine katkısının düzenli olarak izlenmesini sağlayacaktır.

Son olarak literatürde de görüleceği üzere termal turizm ve SPA-wellness turizminden en çok termal turizm ile ilgili çalışmalar bulunmaktadır. İleride yapılacak çalışmalarda SPA ve wellness turizm konusunun ele alınmasının bu alanda farkındalık yaratılarak gelişmesine katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Nitel araştırmada çalışma grubu söz konusu olduğu için geneli temsil edebilecek sayıda ve düzeyde kişiyi örnekleme dahil etmek çoğu zaman mümkün olmadığı için, bu araştırmalarda elde edilen bulguların genelleme gücüdür (Karataş, 2015). Bu nedenle bu çalışma, sadece Ankara Bölgesi'nde yer alan termal turizm ve SPA-wellness turizmi yapan işletme yöneticileri, aracı kuruluşlar ve Sağlık Bakanlığı personelinin sağlık turizminde termal turizm ve SPA-wellness turizmi yeri ve önemi hakkındaki görüşleri

konusunda bilgi sağlaması çalışmanın sınırlılığıdır. Bu bakımdan ileride yapılacak çalışmaların sıcak su kaplıcaları yönünden zengin ve SPA-wellness otellerinin fazla bulunduğu diğer bölgelerde yapılmasının farklı bakış açılarının belirlenmesi yönünden önemli olacağı düşünülmektedir.



## KAYNAKÇA

- Akbulut, G. (2010). Türkiye'de kaplıca turizmi ve sorunları. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 9(1).
- Akdoğan, F. (2008). Termal turizm ve Afyon-Gazlıgöl örneği. *Social Sciences*, 3(1), 83-92.
- Aksu, R. (2009). *Ayaş (Ankara) kaplıcalarının termal turizm açısından değerlendirilmesi* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Anderssen, J. (2016). What is a health worker? How spa therapists in a Norwegian health hotel understand their work. *Anthropology & medicine*, 23(1), 30-41. doi: 10.1080/13648470.2015.1077198
- Aslan, Z. (1993). Türkiye'de termal turizm arz ve talebi. *Türkiye Kalkınma Bankası Turizm Yıllığı*, s.39-50.
- Aydın, O. (2012). Türkiye'de alternatif bir turizm; sağlık turizmi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2012(2), 91-96.
- Creswell J.W. (2014). *Research Design: Qualitative Quantitative and Mixed Methods Approaches* Thousand Oaks. California, SAGE.
- Çetin, T. (2011). Termal turizm potansiyeli açısından Kozaklı (Nevşehir) Kaplıcaları. *Turkish Studies*, 6, 1.
- Çiçek, R., & Avderen, S. (2013). Sağlık turizmi açısından iç anadolu bölgesi'ndeki kaplıca ve termal tesislerin mevcut yapısının ve potansiyelinin belirlenmesine yönelik bir araştırma. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2013(2), 25-35.
- Global Wellnes Institute (2018, Mayıs 05). Global Wellness Tourism Economy. <https://globalwellnessinstitute.org/industry-research/global-wellness-tourism-economy/>.

- Gül, M., Gül, K., Yılmaz, Y., & Yılmaz Ö. (2018, Ekim). Termal turizme yönelik makalelerin içerik analizi yöntemiyle incelenmesi. 19.Ulusal Turizm Sağlık Turizmi.
- Heung, V.C., & Kucukusta, D. (2013). Wellness tourism in China: Resources, development and marketing. *International Journal Of Tourism Research*, 15(4), 346-359. doi.org/10.1002/jtr.1880.
- İbret, B. Ü. (2007). Türkiyede yeni gelişen bir termal turizm merkezi: çavundur kaplıcası. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 12(18), 135-164.
- İlban, M. O., & Kaşlı, M. (2009). Termal turizmin gelişmesini etkileyen sorunları belirlemeye yönelik Gönen'de bir araştırma. *Ege Academic Review*, 9(4).
- İlban, M. O., Köroğlu, A., & Bozok, D. (2008). Termal turizm amaçlı seyahat eden turistlerde destinasyon imajı: Gönen örneği. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(13),105 -129
- Karataş, Z. (2015). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri. *Manevi Temelli Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 62-80.
- Lee, C.F., & King, B. (2010). International competitiveness in hot springs tourism: An application of the analytical hierarchy process approach. *Tourism Analysis*, 15(5), 531-544. doi.org/10.3727/108354210X12889831783233.
- Neuman, W. L. (2012). *Toplumsal Araştırma Yöntemleri: Nicel ve Nitel Yaklaşımlar I-II*. Cilt (5. Basım). İstanbul: Yayın Odası.
- Oktay, E., & Durmaz, G. (2009). Afyokarahisar'ın termal turizm imajı üzerine bir değerlendirme. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 20(1), 25-32.
- Öcal, T. (2011). Niğde'de planlanan termal turizm kaynaklarına bir örnek; Nargöl. *Marmara Coğrafya Dergisi*, 24(2), 287-311
- Özdemir, Ş. (2015). Türkiye'nin Termal Sağlık Turizmi Potansiyeli. İçinde M. Altındış (Eds). *Termal Turizm* (s.1-12), Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Danışmanlık Tic. Ltd. Şti.
- Özsarı, S. H., & Karatana, Ö. (2013). Sağlık turizmi açısından türkiye'nin durumu. *Journal of Kartal Training & Research Hospital/Kartal Eğitim ve Arastırma Hastanesi Tıp Dergisi*, 24(2).
- Özşahin, E., & Kaymaz, Ç. K. (2013). Türkiye'nin termal su kaynaklarının coğrafi açıdan değerlendirilmesi. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (50), 25-37.



- Öztürk, Y., & Yazıcıoğlu, İ. (2002). Gelişmekte olan ülkeler için alternatif turizm faaliyetleri üzerine teorik bir çalışma. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2, 183-195.
- Rančić, M., Popov-Raljić, J., & Pavić, L. (2013). Spa-wellness center as part of the hotel facility. *Turizam*, 17(2), 45-59. doi: 10.5937/Turizam1302045R.
- Sandıkçı, M., & Gürpınar, K. (2008). Termal turizm işletmelerinde kür hizmetlerinin algılanan önemi: Ege Bölgesi'nde bir araştırma. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(1), 103-121.
- Sandıkçı, M., & Özgen, Ü. (2013). Afyonkarahisar ilinin termal turizm açısından swot analizi ile değerlendirilmesi. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(3)
- Tengilimoğlu, D., & Sevin, H. (2004). Determination of problems encountered in thermal tourism operations in Turkey: a field study. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(1).
- Tengilimoğlu, D. & Karakoç, G. (2013). Sağlık turizmi. İçinde Tengilimoğlu, D. (Eds) *Termal Turizm ve SPA Turizmi*, Ankara: Siyasal Kitabevi,
- Türksoy, A., & Türksoy, S. S. (2010). Termal turizmin geliştirilmesi kapsamında çeşme ilçesi termal kaynaklarının değerlendirilmesi. *Ege Akademik Bakış*, 10(2), 699.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2008). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (6. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Vrkljan, S., & Grazio, S. (2017). Business performance of health spa tourism providers in relation to the structure of employees in the republic of croatia. *Acta Clin Croat*, 56(4), 681-688. doi: 10.20471/acc.2017.56.04.15.

