



Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş:19.07.2022 ✓Accepted/Kabul:10.09.2022

DOI:10.30794/pausbed.1145323

Research Article/Araştırma Makalesi

Kasalak, M. A. ve Kasalak, Ç. (2022). "Türkiye'deki Termal Turizmin Üçüncü Yaş Turizmi Açısından Değerlendirilmesi", *Pamukkale Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2022 Sayı 53: Özel sayı 2, Denizli, ss. 0341-348.

## TÜRKİYE'DEKİ TERMAL TURİZMİN ÜÇÜNCÜ YAŞ TURİZMİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Murad Alpaslan KASALAK\*, Çiğdem KASALAK\*\*

### Öz

Günümüzde başta Avrupa kıtasında yer alan birçok ülke olmak üzere gelişmiş ülkelerde ve tüm dünyada üçüncü yaş olarak nitelendirilen yaşlı nüfusta artış olduğu görülmektedir. Yaşlı nüfusun 2050 yılında 2 milyarı bulacağı tahmin edilmektedir. Aktif çalışma yaşantısını sonlandırmış 65 yaş üstü bu kişilerin boş zamanlarının varlığı, ekonomik refah seviyelerinin uygunluğu gibi nedenler turizm faaliyetlerine daha fazla katılmalarını sağlamaktadır. Turizm içerisinde yer alan insan sağlığı için önemli olan spa-wellness, termal faaliyetleri gibi birçok aktivitenin öneminin kavranması üçüncü yaş grubunda yer alan kişilerin de bu faaliyetlere ilgisini arttırmaktadır. Bu durumun farkında olan birçok ülke sigorta sistemlerini düzenleyerek yaşlı nüfusun turizme katılımını destekleyen politikalar uygulamaktadır. Bu durum üçüncü yaş turizm pazarının büyümesine sebep olmaktadır. Özellikle termal turizm imkânları bulunan ülkeler açısından bu durum önemli bir fırsat yaratmaktadır. Bu nedenle bu çalışmada üçüncü yaş turizminin dünyadaki potansiyel durumunu ortaya koyarak termal turizm açısından Türkiye'nin bu turizm pazarından yararlanması için yapması gerekenleri değerlendirmek amaçlanmaktadır. Bu amaç dâhilinde Türkiye'ye termal turizme katılan turistlerin istatistikî verilerine ulaşılmış ve özellikle Kuzey Avrupa ülkelerinden katılım sağlandığı görülmüştür. Üçüncü yaş grubundaki turistlerin ülkemizi tercih etmesi için daha fazla yatırım yapılması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** *Termal turizm, Üçüncü yaş turizmi, Türkiye, Sağlık turizmi.*

## EVALUATION OF THERMAL TOURISM IN TURKEY IN TERMS OF THIRD AGE TOURISM

### Abstract

Today, it is seen that there is an increase in the elderly population, which is defined as the third age, in developed countries, especially in many countries in the European continent, and all over the world. It is estimated that the elderly population will reach 2 billion in 2050. The reasons such as the availability of leisure time and the appropriateness of their economic welfare level of these people over the age of 65, who have terminated their active working life, enable them to participate more in tourism activities. Understanding the importance of many activities such as spa-wellness and thermal activities, which are important for human health in tourism, increases the interest of people in the third age group to these activities. Aware of this situation, many countries regulate their insurance systems and implement policies that support the participation of the elderly population in tourism. This situation causes the growth of the third age tourism market. This situation creates an important opportunity especially for countries with thermal tourism opportunities. For this reason, in this study, it is aimed to evaluate the potential situation of third age tourism in the world and to evaluate what Turkey should do to benefit from this tourism market in terms of thermal tourism. For this purpose, the statistical data of the tourists participating in thermal tourism to Turkey have been reached and it has been observed that especially from Northern European countries. It has been concluded that more investments should be made in order for the tourists in the third age group to prefer our country.

**Key Words:** *Thermal tourism, Third age tourism, Turkey, Health tourism.*

\*Doç. Dr., Akdeniz Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Rekreasyon Yönetimi Bölümü, ANTALYA.

e-posta: muradkasalak@akdeniz.edu.tr (<https://orcid.org/0000-0002-4421-1921>)

\*Öğr. Gör., Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler MYO., Mülkiyet Koruma ve Güvenlik Bölümü, ANTALYA.

e-posta: cigdemkasalak@akdeniz.edu.tr (<https://orcid.org/0000-0003-3253-0244>)

## **GİRİŞ**

Ülkemizde dâhil olmak üzere birçok ülkede yaşlı nüfusun oranı ülke nüfuslarına oranla artmaktadır. Birleşmiş Milletler (BM) tarafından hazırlanan “Dünya Nüfus Beklentisi” başlıklı rapora göre; 2020’de %17,1 olması beklenen 65 yaş ve üzeri dünya nüfusunun, 2050 yılında %31,6’ya ulaşması tahmin edilmektedir (Arıcı, 2019:125) Dünya nüfusu hızla yaşlanmaktadır. 2050 yılında her beş kişiden birinin 60 yaş, her altı kişiden birinin ise 65 yaş üstünde olacağı tahmin edilmektedir. Türkiye’de de yaşlı nüfus (65 ve daha yukarı yaş) 2012 yılında 5 milyon 682 binden %17,1 artarak 2016 yılında 6 milyon 651 bin 503 kişi olmuştur. Yaşlı nüfusun toplam nüfus içindeki oranı ise 2012 yılında %7,5 iken, 2016 yılında %8,3’e yükselmiştir. Görüldüğü gibi dünyadaki birçok ülke yaşlanan toplum olgusuyla karşı karşıyadır. Bu durumun gelecek yüzyıl boyunca toplumlara, ülkelere ve ekonomilere hâkim olacağı göz önünde tutularak üçüncü yaş pazarı özellikle turizm endüstrisi için en önemli tüketici segmentlerinden biri olarak kabul edilmiştir. Üçüncü yaş grubunu önemli kılan sadece nüfuslarındaki artış değil aynı zamanda önceki kuşaklara göre daha sağlıklı, ekonomik olarak daha rahat, daha aktif ve gezmeye daha istekli olmalarıdır (Sert, 2019:201-).

Yaşlıların çoğu seyahat için gereken zamana ve paraya sahiptirler, ayrıca bu paradan önemli miktarda harcama eğilimindedirler. Günümüzde pek çok yaşlı birey, kazandığı parayı çocuklarına miras bırakma gibi geleneksel yaklaşımı değiştirmiş, kendi ilgi ve isteğine harcamayı tercih eder hale gelmiştir.

Üçüncü yaş turistleri gençlik yıllarında ötedikleri aktiviteler emekli olduktan sonra gerçekleştirmeye çalışmaktadırlar. Emeklilik sonrası ortaya çıkan boş zamanlar sonucunda henüz deneyimlemedikleri aktiviteleri ve tatmadıkları yeni duyguları yaşamak için fırsat bulmaktadırlar. Ayrıca, yaşlılar için bu aktiviteler (yeni kariyer fırsatları, sanat ilgili çalışmaların yapılması, yeni insanlar tanıma, gönüllü işlerde yer alınması gibi faaliyetler) zamanla hobiye dönüşebilmekte ve daha güçlü tatmin sağlayacak boş zaman aktiviteleri olabilmektedir (Ceylan, 2018: 673). Yaşlı kitlenin yer aldığı turizm türü olan üçüncü yaş turizmi; medikal, termal ve geriatri turizmi olan çeşitlenen sağlık turizmi amaçlı gerçekleştirildiği görülmektedir.

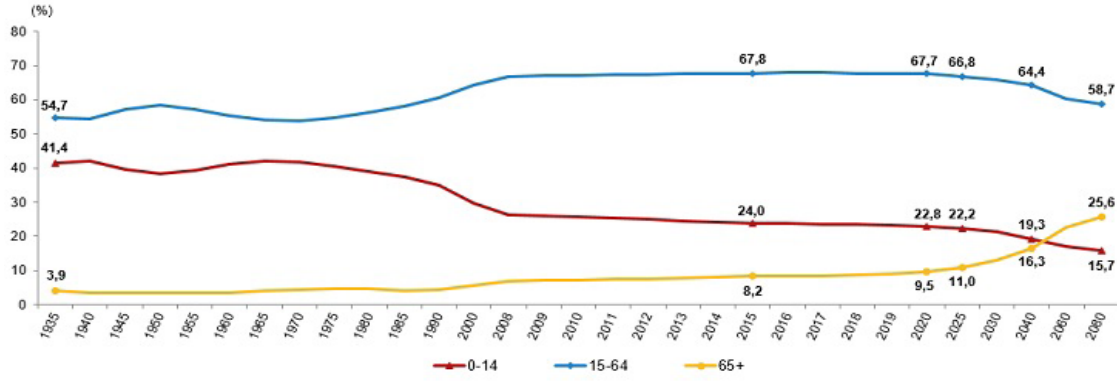
Bu durumu fark ederek sağlık turizmini geliştiren ülkeler üçüncü yaş turizminin yaratacağı ekonomik faydadan daha fazla yararlanması söz konusu olacaktır.

## **1. TÜRKİYE VE DÜNYA’DA YAŞLI NÜFUSUN DURUMU**

Yaşlı nüfusun toplam nüfus içindeki oranının %10.0’u geçmesi nüfusun yaşlanmasının bir göstergesidir ve ülkemizde de yaşlı nüfus, diğer yaş gruplarındaki nüfuslara göre daha yüksek bir hızla artmaktadır.

Dünyada yaşlı nüfusun artış hızı (% 2.1), genel nüfus artış hızından (% 1.2) daha fazladır. Nüfus artış hızının azalması sonucu, 2050 yılında 11 ülkenin (Japonya, Rusya, Ukrayna gibi) nüfusu şimdiki nüfuslarının altına düşecektir. Diğer taraftan bu ülkelerde yaşayan yaşlıların nüfus içindeki payı daha da artacaktır. Yaşlı popülasyonda 80 yaş üstünde bulunanların nüfus artış hızı ise % 4.3’tür. Dünya nüfusu son 100 yıl içinde (1950-2050) dörde katlanırken yaşlı nüfusun 10 kez artacak olması dikkat çekicidir. Dünya nüfusu son 100 yıl içinde (1950-2050) 4 kat artarken, yaşlı nüfusun 10 kat artacak olması dikkatle altının çizilmesi gereken önemli bir noktadır. Dünyada en fazla yaşlı nüfusun artış göstereceği ülkenin 2008- 2040 arasında %316 ile Singapur olacağı belirtilmektedir. Dünyada 60 yaş üstü grup, 2006 yılında 688 milyon olarak tahmin edilmiş olup, 2020 yılına kadar yaşlı nüfusun 1 milyardan fazla olacağı ve bunun 700 milyondan fazlasının da gelişmekte olan ülkelerde bulunacağı tahmin edilmektedir. Dünyada 2050 yılında ise, yaşlı nüfusun 2 milyar olacağı ve bunun da %80’inin gelişmekte olan ülkelerde olacağı belirtilmektedir. Dünyadaki 60 yaş ve üstü nüfus oranının 2006’da %11,0 iken, 2050’de %22,0’a çıkması beklenmektedir. Böylece, yaşlı insanların nüfusu insanlık tarihinde ilk kez 14 yaşın altındaki çocukların nüfusundan çok daha fazla olacaktır. Önümüzdeki 5 yıl boyunca tarihte ilk defa 65 yaş ve üstü nüfus, 5 yaş altı nüfustan sayıca fazla olacaktır. Dünyada 65 yaş ve üstü nüfus 2000 yılında tahmini 420 milyon olup, 1999 yılına göre 9,5 milyon artış göstermiştir. Dünyada 2000-2030 yılları boyunca 65 yaş ve üstü nüfusun 550 milyondan 973 milyona yükseleceği öngörülmektedir. Dünya genelinde 65 yaş ve üstü nüfusun toplam nüfusa oranının %6,9’dan %12,0’a yükselmesi beklenmektedir. Dünya Sağlık Örgütü’nün 1998 yılında yayınladığı rapora göre; sayısal olarak en fazla yaşlı, Çin (106 milyon), Hindistan (59,6 milyon), Amerika Birleşik Devletleri (38,7 milyon) ve Japonya’da (27,7 milyon) yaşamaktadır (Tekin ve Kara, 2018:222).

Türkiye açısından da yaşlı nüfusun artış durumu dünyadaki durumla aynı özellikler taşımaktadır. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) 2020 yılı verilerine göre Yaşlı nüfus olarak kabul edilen 65 ve daha yukarı yaştaki nüfus, 2015 yılında 6 milyon 495 bin 239 kişi iken son beş yılda %22,5 artarak 2020 yılında 7 milyon 953 bin 555 kişi olmuştur. Yaşlı nüfusun toplam nüfus içindeki oranı ise 2015 yılında %8,2 iken, 2020 yılında %9,5'e yükselmiştir. Yaşlı nüfusun 2020 yılında %44,2'sini erkek nüfus, %55,8'ini kadın nüfus oluşturmuş ve nüfus projeksiyonlarına göre yaşlı nüfus oranının 2025 yılında %11,0, 2030 yılında %12,9, 2040 yılında %16,3, 2060 yılında %22,6 ve 2080 yılında %25,6 olacağı öngörülmüştür.



**Şekil 1: Yaş grubuna göre nüfus oranı, 1935-2080**

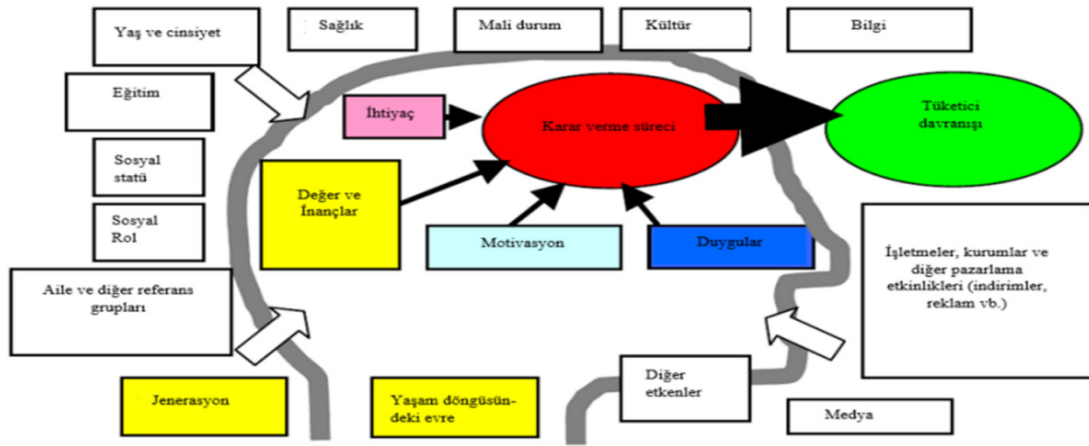
(Kaynak: <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Istatistiklerle-Yasli-lar-2020-37227>)

## 2. TERMAL TURİZM VE ÜÇÜNCÜ YAŞ TURİZMİ

Çalışma yaşamından ayrılmış, yaşlılık dönemine girmiş bu kitlelere günümüzde önemli bir tüketici topluluğu gözüyle bakılmaktadır. Turizm alanındaki bu yeni tüketici grubunun varlığı, turistik mal ve hizmetlerin de bu kitleye özgü nitelikler kazanmasına yol açmaktadır. Yaşlılar üzerine yapılan çalışmalar, onların farklı ihtiyaç ve tercihlerinin olduğunu göstermektedir. Eğer endüstri bu önemli pazarı ele geçirmek istiyorsa bu bölümün özel ihtiyaçlarını tatmin etmelidir.

Üçüncü yaş turistlerinin birçoğu yaşamlarını zenginleştirecek, yeni insanlarla bağlantı kurmalarını sağlayacak, dünya genelinde yeni yerler ve yeni imkânlar görmelerine fırsat verecek ürünleri alma eğilimindedirler. Turistleri tatile çıkmaya yönlendiren öncelikli unsur rahatlamadır (Yurcu vd. 2018: 518) Bununla birlikte dinlenme, öğrenme, tatil, keşfetme, uzaklaşma isteği, sağlık, prestij ve spor vb. sebeplerle de seyahat etmektedirler. Üçüncü yaş turistleri genellikle her yıl düzenli olarak tatile çıkmaktadırlar ve seyahatleri sırasında 4-7 gün konaklama yapmaktadırlar. Üçüncü yaş turistlerinin seyahat harcamalarının da her geçen yıl artma eğiliminde olduğu görülmektedir. Seyahat harcamalarının artması daha fazla seyahat edildiğini göstermektedir (Ceylan, 2018: 672).

Avrupa Birliği İstatistik Kurumunun (Eurostat) verilerine göre, 65 yaş ve üstündeki insanlar, diğer yaş gruplarına oranla daha fazla seyahat etmekte ve daha fazla harcama yapmaktadırlar. Buna göre, 2011 senesinde yapılan tatillerin %19'unu 65 yaş ve üstü grup oluşturmakta ve Avrupalıların yapmış olduğu turizm harcamalarının %20'sini yine bu yaş grubu oluşturmaktadır. 2011 senesinde 65 yaş veya üstü bir turist ortalama olarak 1.344 Euro harcarken, diğer yaş gruplarının ortalaması 1.203 Euro'dur. Eggert (1997) sadece Almanya'daki yaşlıların elinde tuttuğu nakit paranın 1,25 Milyar Euro'ya ulaştığına dikkat çekmektedir (Tufan vd.,2017:33). Yaşlılar sağlık turizmüne ve kapsamında yer alan 3. Yaş turizmüne yönelik harcamaları önemli bir turizm sektörünün oluşmasını sağlamıştır.



Şekil 2: Yaşlı Tüketicileri Etkileyen Faktörler

(Kaynak: Aydemir ve Kılıç, 2017:4)

Elli yaş ve üstündeki insanların ikametleri, çalıştıkları ve her zamanki olağan ihtiyaçlarını karşıladıkları yerlerin dışına yaptıkları seyahatleri ve seyahatleri esnasında genellikle turizm sektörünün ürettiği mal ve hizmetleri talep ederek, geçici sürelerle konaklamalarından kaynaklanan ilişkiler bütünü, üçüncü yaş turizmi olarak tanımlanmaktadır.

Uluslararası turizm hareketleri içerisinde üçüncü yaş grubunun seyahat eğiliminin yüksek olduğu söylenebilir. Bu yaş grubunun en yoğun olduğu ülkeler ABD, Kanada Almanya, Avusturya, İngiltere, İsviçre, Fransa ve Japonya'dır. Bu ülkelerde üçüncü yaş grubu toplam nüfusun %17- 25'ni oluşturmaktadır. Sağlık Bakanlığı, Sağlık Turizmi Daire Başkanlığı altında İleri Yaş ve Engelli Turizmi şubesini aynı başlık altında oluşturmuştur. Sağlık Bakanlığı sitesinde Yaşlı ve Engelli Turizmi başlığı altında, ileri yaş turizmi (gezi turları ve meşguliyet terapileri), yaşlı bakımı hizmetleri (bakım evlerinde veya rehabilitasyon hizmetleri), klinik otelde rehabilitasyon hizmetleri ve engelliler için özel bakım ve gezi turları yer aldığı ve bu hizmetlerin klinik oteller, tatil köyleri ve bakım evleri gibi alanlarda verildiği belirtilmiştir (Çataloğlu, 2020:61).

Üçüncü yaş turizmi verilen hizmetler açısından medikal turizm ve termal turizm ile iç içe girmiştir. O nedenle diğer sağlık turizmi çeşitlerinden net bir çizgiyle ayrılmamıştır. O nedenle sağlık turizmi tüm çeşitleriyle büyük bir ekonomik potansiyele sahiptir. Gonzales ve Brenzel (2001) sağlık turizmi hizmetlerini üç grupta incelemiştir:

- Sağlığı Geliştirmeye Yönelik Hizmetler (Kaplıca, bitkisel tedavi, masaj vb.)
- Tedaviye Yönelik Hizmetler (Estetik ameliyat, kalp ameliyatı, göz ameliyatı, kanser tedavisi vb.)
- Rehabilitasyon Hizmetleri (Diyaliz, bağımlılık programı, yaşlı bakım programı gibi)

Dünya genelinde 2006 yılı verilerine göre, sağlık turizmi toplam harcamaları 60 milyar dolara ulaşmıştır ve 2012 yılına kadar bu rakamın 100 milyar dolara ulaşması beklenmektedir. ABD'deki sağlık turizmi harcamalarının 5.5 milyar dolar, Avrupa'da 3.5 milyar Euro civarında olduğu, yaklaşık 120 yıldır sağlık turizmine hizmet veren Macaristan, Çek Cumhuriyeti ve Romanya gibi ülkelere Çek Cumhuriyeti'nin bu sektörden kazancının 1 milyar doları aştığı belirtilmektedir. Ayrıca 2017 yılına kadar sadece ABD'den 23 milyon potansiyel hastanın 79.5 milyar dolarlık bir harcama yaparak denizaşırı ülkelere sağlık turizmi amacıyla gideceği hesaplanmaktadır (<http://www.alermedical.com/implantder-dental-implant-sektor-raporu/>).

Termal turizm Avrupa ülkelerinden Almanya'da önemli sektör haline gelmiştir. 263 adet resmi belgeli termal merkez bulunan Almanya'da tesislerin toplam yatak kapasitesi 750.000'dir. Almanya'nın Stuttgart kentinde bulunan Das Leuze Kaplıca ve Rekreasyon Tesislerini yaz aylarında günde 8000 kişi ziyaret etmektedir. Bu rakam, yıllık ortalama 3000 kişi/gün olmaktadır.

Çek Cumhuriyeti ve Slovakya'da son yıllarda çok gelişmiş tedavi edici kaplıca merkezleri kurulmuştur. İki ülkede 60 tedavi edici termal merkezi bulunmakta olup senede 500.000'e yakın hastaya tedavi hizmetleri verilmektedir. Ayrıca, Fransa'da 104, İspanya'da 128 adet ve İtalya'da ise 360 civarında termal tesis bulunmaktadır. Rusya'da çok sayıda kür merkezi bulunmakta olduğu ve yılda 8 milyon turistin geldiği belirtilmektedir.

Japonya'da 1500 adet kaplıcada 100 milyon geceleme kapasiteli termal turizm yapılmaktadır. Beppu'da 1000 litre/saniye jeotermal su termal turizm amaçlı kullanılmaktadır.

Amerika Birleşik Devletleri'ndeki Arkansas eyaletinde ise 55 bin kişinin yararlanacağı termal tesislerin yapılmış olduğu, Hawai'de turizmi 12 aya yaymak için termal suların yararlanılarak yeni kurulan tesisler ile termal turizm ağırlıklı uygulamalara başladığı bilinmektedir.

İtalya'da 360'a yakın kaplıca merkezi bulunmaktadır. Ülkeye yılda yaklaşık 600.000 ziyaretçi gelmektedir ve termal turizm ülke için önemli gelir kaynaklarından birini oluşturmaktadır. Almanya'dan sonra en çok turist çeken ülkelerden biri konumundaki İtalya'da bulunan volkanik dağlar ve etkinlikleri sebebiyle ülkenin pek çok şehrinde termal kaplıca merkezi bulunmaktadır. Ayrıca Fransa'da 104, İspanya'da 128 civarında termal tesis bulunmaktadır. Avusturya'da devlet bütçesinin neredeyse üçte biri termal suların sağlanmasında olup Avrupa pazarının %10'unu oluşturmaktadır. Romanya ise hem termal turizm açısından uzun bir geçmişe hem de termal kaynaklar açısından oldukça zengin bir ülke olma özelliğine sahiptir.



**Şekil 3: Medikal Turizm'de En Değerli 10 Destinasyon**

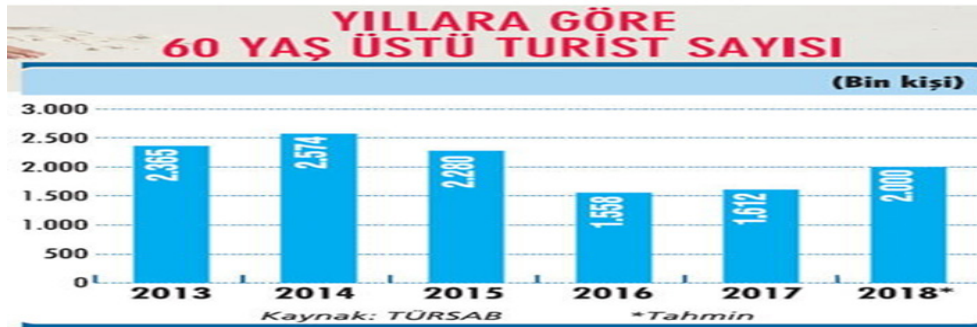
(Kaynak: Malezya Sağlık Turizmi Konseyi)

### 3. TÜRKİYE'DE TERMAL TURİZM POTANSİYELİ

Termal turizm çok eski çağlardan beri insanların faydalandığı ve çeşitli tanımlarının yapıldığı bir kavramdır. Termal turizm "Termomineral su banyosu, içme, inhalasyon, çamur banyosu gibi çeşitli türdeki yöntemlerin yanında iklim kürü, fizik tedavi, rehabilitasyon, egzersiz, psikoterapi, diyet gibi destek tedavilerinin birleştirilmesi ile yapılan kür (tedavi) uygulamalarının yanı sıra termal suların eğlence ve rekreasyon amaçlı kullanımı ile meydana gelen turizm türü" olarak tanımlanmaktadır (Şengül ve Bulut, 2019:59).



Tablo1: Türkiye’de Yıllara Göre 60 Yaş Üstü Turist Sayısı



(Kaynak: TÜRSAB, 2019)

Türkiye’de ise kaplıca turizmine katılan turist sayısı 1981 yılında 63.999 kişi iken bu sayı 1998 yılında 375.606’ya yükselmiştir. 2009 yılında ise ülkemizde 284.250 kişi termal turizmden faydalanmıştır. 2010 yılında kaplıcalara yurtdışından gelen yabancı turist sayısı 262.506 iken bu turistlerin 23.225’si tedavi amaçlı ülkemizi ziyaret etmiştir. Yurt dışından en çok talebin yaşlı bakımı ve termal turizm konusunda Danimarka, Norveç ve İsveç’ ten geldiği, medikal tedaviler için de İngiltere ve Hollanda vatandaşlarının Türkiye’yi tercih etmeye başladığı ortaya çıkmıştır. Orta Doğu ülkelerinden gelen turistler ise termal tesisler ve Spa tedavisi için kaplıca merkezlerini, özellikle göz tedavisi ve estetik cerrahi ile saç ekimi konusunda Türkiye’yi tercih etmeye başlamıştır( Adıgüzel,2020:55).



Şekil 3: Türkiye’de Kaplıca Haritası

(Kaynak: [http://www.kaplıca-otelleri.net/turkiye\\_kaplıca\\_haritasi.html](http://www.kaplıca-otelleri.net/turkiye_kaplıca_haritasi.html))

Ülkemiz çok zengin jeotermal potansiyele ve tedavi edici özeliği yüksek termal sulara sahip olmasına rağmen kür parkı, kür merkezi ve konaklama tesisi bütünlüğü sağlayan tesislerin nicelik ve nitelik yönünden yetersizliği, uluslararası standartlarda ve akredite olmuş termal tesislere sahip termal kent niteliğindeki destinasyonların oluşturulamaması nedenleriyle Avrupa ülkeleri ile rekabet ortamı sağlanamamıştır (Çakmak Barsbay ve Öktem, 2018: 231).

Bazı bölgesel projeler ile üçüncü yaş turizmine yatırım yapılmakta ancak yeteri kadar etki yaratılamamaktadır. 2008 yılında başlatılan Norveç Köyü projesi kapsamında ilk etapta 1400 yaşlı pansiyoner, Antalya’da 5 yıldızlı otellerde ağırlanmıştır. Türkiye’de 10 farklı ilde Norveç Köyleri kurulması düşünülmüştür. Türkiye’ye gelen Norveçli turist sayısı 9 bini bulurken, önemli uluslar arası otel zincirleri gelecekte bu sayıyı artırma yarışma girmişlerdir (Mercan vd.,2014:9). Türk turizminin tesis ve ürün türlerinde çeşitliliği, destinasyon bazlı yönetimi, tesisleri ve destinasyonları uluslararası rekabet, kalite ve konfor düzeylerine getirecek yatırımları ve “Türkiye

Tanıtım Atılımı'nı içeren bir dönüşümü gerçekleştirme durumunda yeniden ivme kazanabilmesi ve dünya turizminde yukarılara doğru tırmanması mümkündür (TUSİAD, 2019:1).

## **SONUÇ ve ÖNERİLER**

Türkiye; iklim, fiyat, güvenlik ve ulaşım açısından göreceli avantajlara sahip olup; tıp turizmi, spa&wellness ve kaplıca turizmi, ileri yaş ve spor turizmi açılarından olağanüstü avantajlı bir konumdadır ve her kesime hitap edebilecek niteliklere sahiptir. Ayrıca, coğrafi yakınlık, ülkelerinde bulunmayan doğa ve iklim şartları nedeniyle ve kültürel benzerlik faktörleri de göz önünde bulundurulduğunda Türkiye Ortadoğu ülkeleri için de önemli bir sağlık ve termal turizm destinasyonu ülkesi olabilecek konumda yer almaktadır.

Türkiye'nin bu konumunu değerlendirmek ve sağlık turizmi kapsamında 3. Yaş turizmine daha fazla eğilmek için başta şehirlerimiz olmak üzere, sağlık tesislerimiz, termal otellerimiz ve diğer tüm otel çeşitlerinde yaşlılara yönelik uyumlu yapılar ortaya koymak gerekmektedir. Aynı zamanda otellerde doktor sürekli bulunmalı, yaşlılara yönelik yemek menüleri ve rekreasyonel aktiviteler sunulmalıdır. Tufan vd. (2017), çalışmalarında "Yollarıyla, kaldırımlarıyla ve trafiğiyle, gençlerin bile hareket yeteneklerini kısıtlayan fiziksel bir çevre, üçüncü yaş turizminin önündeki bariyerlerden biridir. Her ne kadar bugünün yaşlısının sağlık durumunun iyi olduğu vurgulandıysa da yaşlılık, bugün de sağlık kayıplarının ortaya çıktığı bir dönemdir. Birçok yaşlının diyet yapmasını gerektiren hastalıklara sahip olduğu dikkate alınırsa (örneğin: şeker hastalığı, kalp ve kan dolaşımı hastalıkları), kalacakları tesislerde önlerine konulan her yemeği yemeleri mümkün değildir, ama çoğu zaman Türkiye'nin en modern tesislerinde bile eğitilmiş bir diyet uzmanı ve diyet yemekleri konusunda eğitim almış bir aşçının eksikliği gözlemlenmektedir. Tesislerde daima bir doktorun bulunması da gerekir ve bunu tesislerin birçoğunda görmek mümkündür. Ancak sağlık hizmetleri, bir doktorun varlığıyla sınırlı değildir. Bunun yanı sıra, bedensel engelli, hasta veya diyet yapan yaşlılara, günün belirli saatlerinde veya 24 saat refakat edebilecek eğitimli personele de ihtiyaç vardır" şeklinde durumu ifade etmişlerdir. Ayrıca tesislerin markalaşması ve daha fazla uluslararası anlamda tanıtılması için sosyal medyayı da etkin kullanmaları gerekmektedir. Tüfekçi vd. (2020) araştırmalarında "sosyal medya pazarlama faaliyetlerinin algılanan hizmet kalitesi üzerindeki doğrudan etkisini göstermiştir. Günümüzün belirsiz ekonomisinde herkes bir kalite alışverişçisi olarak kabul edilmektedir. Elde edilen bulgular kapsamında sosyal medyada algılanan hizmet kalitesinin, tüketicilerin satın alma kararlarında daha önemli bir itici güç haline geldiği söylenebilir. Bu çalışmanın bulguları, sosyal medya pazarlamasında algılanan hizmet kalitesi konusunda bilinçli tüketicilerin marka değeri ile hareket eden tüketiciler olduğunu göstermiştir. Araştırma sonuçları aynı zamanda tüketicilerin markalarla ilgili kişisel deneyimlerinin olduğunu da göstermektedir. Tüketiciler fikirlerini ve önerilerini sosyal medyada yüz yüze ve çevrimiçi olarak başkalarıyla paylaşmaya istekli olduklarından bahsedilebilir" şeklinde sosyal medyanın önemini vurgulamışlardır.

Üçüncü yaş turizmi, medikal turizm ve termal turizm ile birlikte, sağlık turizminin giderek büyüyen bir alt sektörüdür. Bu sektörden Türkiye daha fazla oranla yerini almak için ideal, kapsamlı ve sürekli sağlık turizmi politikası belirlemelidir.

## **KAYNAKÇA**

- Adıgüzel, M (2020). *Kuşadası Sağlık Turizm Potansiyelinin Araştırılması*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi.
- Arıcı, F. (2019). Türkiye'de Üçüncü Yaş Turizm Potansiyeli Ve Kaynak Kullanımı, *Doğu Coğrafya Dergisi*, 24 (42): 123-138.
- Aydemir, B.ve Kılıç, N. (2017). Dünyada Ve Türkiye'de Üçüncü Yaş Turizmi, *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(3): 1-13.
- Ceylan, U. (2018). Üçüncü Yaş Turistlerin Termal Konaklama İşletmelerinden Beklentileri Üzerine Bir Araştırma, *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(4): 671-685.
- Çakmak Barsbay M. ve Öktem M. K. (2018). *Sağlık Turizminin Kırsal Kalkınmaya Etkisi*, Geçmişten Geleceğe Taşınan Miras Ayaş, Mutlu Yılmaz, Editör, Ankara Üniversitesi Basımevi, Ankara, 231-242.
- Çataloğlu, S. (2020). Yaşlıya Yönelik Turizmin Yansımaları ve Değişen Yaşlılık, *TUCADE - Turizm Çalışmaları Dergisi*, 2(1): 59-67.

- İMLANTDER (2017), Dental İmplant Sektör Raporu, Erişim Tarihi: 04 Eylül 2022, <http://www.alermedical.com/implantder-dental-implant-sektor-raporu/>
- Mercan,N., Oyur, E., ve Demirci, K. (2014). “Dünyada Hızla Artan Yaşlı Nüfus ve Sağlık Turizm Gereksinimi” III. Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi, 04 - 05 Nisan 2014, Kuşadası, Aydın.
- Sert, A. N. (2019). Üçüncü Yaş Yerli Turistlerin Seyahat Kısıtları ve Motivasyonları Üzerine Bir Araştırma, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (42): 200-211
- Şengül H, Bulut A. (2019). Sağlık Turizmi Çerçevesinde Türkiye’de Termal Turizm; Bir SWOT Analizi Çalışması. *ESTÜDAM Halk Sağlığı Dergisi*, 4(1):55-70
- Tekin, Ç ve Kara, F.(2018). Dünyada Ve Türkiye’de Yaşlılık, *IBAD Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Dergisi*, 3(1):219-229
- Tufan, İ., Tamer, M., Köse, F. ve Ayan, S.(2017). Türkiye ve Üçüncü Yaş Turizmi, *MAKÜ Uygulamalı Bilimler Dergisi*, 1(1): 29-36.
- TÜİK (2020), İstatistiklerle Yaşlılar, 2020, Erişim Tarihi: 04 Eylül 2022, <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Istatistiklerle-Yasli-lar-2020-37227>
- TUSİAD (2019), Turizmde Dönüşüm Senaryoları Raporu, Erişim Tarihi: 02 Şubat 2022, <https://tusiad.org/tr/yayinlar/raporlar/item/10504-ttyd-tusiad-turizmde-donusum-senaryolari-raporu>
- Tüfekçi, Ö.K., Tüfekçi, N. ve Kocabaş, D.(2020). Termal Turizmde Sosyal Medya Pazarlama Faaliyetlerinin Algılanan Hizmet Kalitesi Ve Marka Değerine Etkisi: Afyonkarahisar’da Bir Araştırma, *Mehmet Akif Ersoy İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7(1), 937-963.
- Türkiye’de Kaplıca Haritası 2022, Erişim Tarihi:02 Şubat 2022, [http://www.kaplica-otelleri.net/turkiye\\_kaplica\\_haritasi.html](http://www.kaplica-otelleri.net/turkiye_kaplica_haritasi.html)
- Yurcu,G., Kasalak, M.A. ve Akıncı,Z. (2018). Turistlerin Boş Zaman Motivasyonunu ve Tatminini Etkileyen Faktörler: Beldibi Örneği. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(2):517-536

#### **Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)**

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).
2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).
3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).