

T.C
ABANT İZZET BAYSAL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

ALTERNATİF TURİZM ÇEŞİTLERİ VE KIZILCAHAMAM
TERMAL TURİZM ÖRNEĞİ

MEHMET ÇONTU

EKİM-2006

T.C
ABANT İZZET BAYSAL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM VE OTELEKONOMİK İŞLETİM ANABİLİM DALI

ALTERNATİF TURİZM ÇEŞİTLERİ VE KIZILCAHAMAM TERMAL
TURİZM ÖRNEĞİ

Yüksek Lisans Tezi

Hazırlayan
Mehmet ÇONTU

Danışman
Prof. Dr. Kaptan KAPTANGİL

BOLU-2006

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE,

Mehmet ÇONTU'ya ait, "Alternatif Turizm Çeşitleri ve Kızılcahamam Termal Turizmi Örneği" adlı çalışmamızın jürimiz tarafından Turizm ve Otel İşletmeciliği Anabilim Dalında YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak kabul edilmiştir.

Üye (Tez Danışmanı) : Prof.Dr. Kaptan KAPTANGLI

Üye : Prof.Dr. Güniz AKINCI KESİM

Üye : Yrd.Doç.Dr. Atilla AKBABA

Prof.Dr.Uğur ESER
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

ÖZET

ALTERNATİF TURİZM ÇEŞİTLERİ VE KIZILCAHAMAM TERMAL TURİZM ÖRNEĞİ

Mehmet ÇONTU

Yüksek Lisans Tezi

Turizm ve Otel İşletmeciliği Anabilim Dalı
Tez Danışmanı: Prof. Dr. Kaptan KAPTANGİL

Ekim, 2006, 148 Sayfa

Bu araştırmanın amacı; alternatif turizm çeşitlerinin incelenmesi ve buna bağlı olarak Kızılcahamam'da faaliyet gösteren termal turizm işletmelerinde çalışanlar ile bu işletmeleri tercih eden müşterilerin, "hijyen", "fiyat" ve "hizmet kalitesi" boyutlarındaki beklentilerinin karşılanmasıdır. Ayrıca araştırma kapsamında çalışanların, çalışanları işletmelerin özellikleri ve işletmedeki görevleri; müşterilerin ise demografik özellikleri göz önüne alınarak, "hijyen", "fiyat" ve "hizmet kalitesi" boyutlarına yaklaşımları açısından kendi aralarında farklılık gösterip göstermediği incelenmiştir.

Araştırmada veri toplama tekniği olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Çalışanlara ve müşterilere uygulanmak üzere iki ayrı anket formu düzenlenmiştir. Araştırmaya katılan termal turizm işletmelerinde çalışan üst ve orta düzey yöneticiler ile ekip elemanlarına toplam 115 anket formu dağıtılmış, geri dönen anketlerden 96 (%83,4) tanesi değerlendirilmeye alınmıştır. Bu işletmeleri tercih eden müşterilere ise toplam 150 anket formu dağıtılmış ve geri dönen anketlerden 122 (%81,3) tanesi değerlendirilmeye alınmıştır. Toplanan veriler SPSS 10,00 for Windows programında frequencies, independent Samples t-test ve one-way Anova yöntemleri kullanılarak analiz edilmiştir.

Araştırma sonucunda, Kızılcahamam'daki termal turizm işletmelerinde çalışanların, bu işletmeleri tercih eden müşterilere oranla "hijyen", "fiyat" ve "hizmet kalitesi" boyutlarına genel anlamda daha olumlu bir bakış açısıyla yaklaşımları tespit edilmiştir. Ayrıca grupların kendi içlerindeki farklılıklar incelendiğinde ise, çalışanların "hijyen", "fiyat" ve "hizmet kalitesi" boyutlarında, müşterilerin ise "fiyat" boyutunda anlamlı farklılıklar gösterdiği belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Alternatif Turizm, Termal turizm, Beklenti, Kızılcahamam.

ABSTRACT**ALTERNATIVE TOURISM TYPES AND SAMPLE OF KIZILCAHAMAM
THERMAL TOURISM****Mehmet ÇONTU****M. Sc., Institute of Social Sciences
Department of Tourism and Hotel Management
Adviser: Prof. Dr. Kaptan KAPTANG L****October, 2006, 148 Pages**

The purpose of this research is to examine the alternative tourism types and related to this, to compare the expectations on “hygiene”, “price” and “service quality” dimensions of employees, working in thermal tourism establishments operating in Kızılcahamam, and customers who prefer these establishments. In addition, within this research taking into account customers’ demographical characteristics and employees’ duties and their establishments’ characteristics, it has been examined if their approaches to dimensions of “hygiene”, “price” and “service quality” differ from each others.

In this research, questionnaire method is used as the technique to collect the data. Two separate questionnaire forms are designed to apply to customers and employees. 115 questionnaires were distributed to the employees, working as upper level, middle level and team member in thermal tourism establishments participating in research. Of returned questionnaires, 96 (%83,4) were taken into analysis. Also, totally 150 questionnaires were dispensed to customers who prefer these establishments, and of returned questionnaires, 122 (%81,3) were taken into analysis. Collected data was analyzed by frequencies, independent samples t-test and one-way Anova through SPSS 10.00 for Windows Programme.

As a result of this research, it was established that employees, working in thermal tourism establishments in Kızılcahamam have generally more positive point of view on “hygiene”, “price” and “service quality” dimensions than customers who prefer these establishments. Also, when differences within groups are examined, it was determined that there is significant differences on customers’ “price” dimension and employees’ “hygiene” and “service quality” dimensions.

Key Words: Alternative Tourism, Thermal Tourism, Expectation, Kızılcahamam.

**Canım Annem'e, Babam'a
ve ki Gözüm E im'e**

TE EKKÜR

Öncelikle, bu çalımanın başından sonuna dek, derli bilgi ve deneyimini benden esirgemeyen, sürekli beni çalımaya sevk eden, hatalarım oldu unda sabırla bana doğruyu gösteren saygıde erdanıman hocam Prof. Dr. Kaptan KAPTANGL'e bütün katkılarından dolayı sonsuz tekkürlerimi sunarım.

Gerek ders, gerekse tez aşamasında gösterdikleri yakın ilgi ve desteklerinden dolayı derli hocalarım, Sayın Prof.Dr. Güniz AKINCI KESME'e, Yrd.Doç.Dr. Mehmet SARIK'a, Yrd.Doç.Dr. Orhan AKOVA'ya, Yrd.Doç.Dr. Said KINGIR'a, Yrd.Doç.Dr. Mehmet Akif ÖNCÜ'ye Yrd.Doç.Dr. Murat Selim SELV'ye, Yrd.Doç.Dr. Kahraman ÇATI'ya, Yrd.Doç.Dr. Zzzet KILINÇ'a, Yrd.Doç.Dr. Atilla AKBABA'ya, Ö r.Gör. brahim KILIÇ'a, dostlu unu ve deste ini benden hiçbir zaman esirgemeyen sevgili dostum Ar . Gör. Erkan TA KIRAN'a tekkür ederim.

Son olarak, bütün yüksek lisans eitimim boyunca benden maddi manevi hiçbir deste ini esirgemeyen sevgili babam Ali ÇONTU'ya, efkatini sürekli içimde hissettiren fedakar annem Nejla ÇONTU'ya, canım kardeşim Melek ÇONTU'ya ve ailemden uzakta iken, en içinden çıkılmaz karamsarlıklarımda bile bana tahammül ederek, bir an için bile olsa beni yalnız bırakmayan iki gözüm e im Ay egül ÇONTU'ya en derin tekkürlerimi sunarım.

Ç İ N D E K İ L E R D İ Z İ N İ

ÖZET	iii
ABSTRACT	iv
THAF	v
TE EK KÜR	vi
Ç İ N D E K İ L E R D İ Z İ N İ	vii
TABL OLAR L İ STES	xi

BÖLÜM I

G İ R İ Ş	1
1.1. Alternatif Turizm Kavramı	6
1.2. Alternatif Turizmin Tanımı ile İlgili Bazı Görüşler	7
1.3. Alternatif Turizmin Çeşitleri	12
1.3.1. Yat Turizmi	15
1.3.2. Kanak Turizmi	16
1.3.3. Doğa Yönelik Turizm	18
1.3.4. Golf Turizmi	19
1.3.5. Davet ve Kır Turizmi	22
1.3.6. Festival Turizmi	23
1.3.7. Tren/Bisiklet/Karavan Turizmi	25
1.3.8. Termal Turizm	26

BÖLÜM II

TERMAL TURİZM, GENEL KAVRAMLAR TÜRK YE'DEKİ VE

DÜNYA'DAKİ MEVCUT DURUM	29
2.1 Termal Turizmin Kısa Tarihçesi.....	29
2.2 Termal Turizm ile İlgili Tanımlar.....	30
2.2.1. Turizm.....	30
2.2.2. Termal Turizm.....	31
2.3. İyileştirici Sularla İlgili Bazı Tanımlar.....	32
2.3.1. İyileştirici Sular.....	33
2.3.2. Kaynarca.....	33
2.3.3. Ilıca.....	33
2.3.4. Çermik.....	33
2.3.5. Kaplıca.....	34
2.3.6. Kaptaj.....	34
2.3.7. Spa.....	34
2.3.8. Kür.....	34
2.3.9. Kürüst.....	35
2.4. İyileştirici Suların Oluşum Biçimleri.....	35
2.5. Kaplıca ve İçme Sularının Etkileri.....	36
2.6. Termal Turizm Açısından Türkiye'deki Mevcut Durum.....	36
2.6.1. Türkiye'de Termal Turizmin Gelişimini Etkileyen Faktörler.....	38
2.6.2. Farklı Yorumlarla Türk Termal Turizmi.....	41
2.6.3. Spa Turizminde Büyük Olanaklar.....	43
2.6.4. Termal Suyun Denizle Birleştirilmesi.....	43
2.6.5. Spa Turizminde Kalınsüre Süresi.....	44
2.6.6. Türk Termal Turizmi için Yapılabilecekler.....	44
2.6.7. Zengin Spa Olanakları.....	44
2.6.8. Türk Termal Turizminde Hedefler.....	45
2.6.9. Türk Termal Turizminde Kapasite.....	45
2.6.10. Yasal Mevzuat.....	46
2.7. Termal Turizm Açısından Dünya'daki Mevcut Durum.....	46

2.7.1. Termal Turizmin Avrupa'daki Durumu.....	47
2.7.2. Uluslararası Spa Birliği (ISPA).....	48
2.7.3. Büyük Spa Destinasyonları.....	48
2.7.4. Bir Kar ılı tırma (Türkiye – Almanya)	49
2.8. Termal Turizmin İnsan Sa lı ı Üzerine Etkileri.....	49
2.9. Termal Turizm İ letmelerinin Özellikleri.....	50
2.10. Termal Turizm İ letmelerinin Mü teri Özellikleri.....	52

BÖLÜM III

KIZILCAHAMAM'IN TERMAL TUR ZM POTANS YEL	54
3.1. Kızılcahamam'ın Kısa Tarihçesi.....	55
3.2. Co rafi Konumu.....	55
3.3. Jeolojik Yapısı.....	56
3.4. İ klimi ve Bitki Örtüsü.....	56
3.5. Ekonomik Yapısı.....	57
3.6. İ ç Turizmine Genel Bir Bakı	57
3.6.1. Kır Turizmi.....	58
3.6.2. Av Turizmi.....	58
3.6.3. Kültür Turizmi.....	59
3.7. Kızılcahamam'ın Termal Turizm Potansiyeli.....	59
3.7.1. Ula ım Olanakları.....	60
3.7.2. Alt-Üst Yapı Durumu.....	60
3.7.3. İ mar Durumu.....	60
3.7.4. Kızılcahamam'ın Termal Sularının Özellikleri.....	61
3.7.5. İ çedeki Termal Konaklama Tesisleri ve Yatak Kapasiteleri.....	63
3.7.6. İ çedeki İ nfaatı Devam Eden Termal Turizm İ letmeleri.....	66
3.7.7. İ çede Bulunan Kaplıcalar.....	67

BÖLÜM IV

TERMAL TUR ZM ÜZER NE YAPILMI OLAN BAZI ARA TIRMALARA A T ÖZET B LG LER.....	68
---	-----------

BÖLÜM V

KIZILCAHAMAM'DA FAAL YET GÖSTEREN TERMAL TUR ZM

LETMELER NDE ÇALI ANLAR LE BU LETMELER TERC H EDEN MÜ TER LER N BEKLENT LER N N KAR ILASTIRILMASINA YÖNEL K B R ARA TIRMA.....	79
5.1. Ara tırmanın Amacı.....	79
5.2. Ara tırmanın Önemi.....	80
5.3. Ara tırmanın Sınırlılıkları.....	81
5.4. Ara tırmanın Yöntemi.....	83
5.5. Bulgular ve Yorumlar.....	85
5.5.1. Mü terilerin Demografik Özelliklerine Göre Frekans Ve Yüzde Da ılımları.....	85
5.5.2. Çalı anların ve Çalı tıkları letmelerin Özelliklerine Göre Frekans ve Yüzde Da ılımları.....	88
5.5.3. Mü terilerin ve Çalı anların Ankette Belirtilen Yargılara li kin Görü lerinin Frekans, Yüzde Da ılımı ve Aritmetik Ortalamaları.....	90
5.5.4. Mü terilerin Ki isel Özelliklerinin Boyutlara Göre Kar ıla tırılması.....	115
5.5.5. Çalı anların ve Çalı tıkları letmelerle lgili Özelliklerinin Boyutlara Göre Kar ıla tırılması.....	122
SONUÇ.....	128
KAYNAKÇA.....	142
EKLER.....	147
Ek-1: Mü teri Anket Formu.....	147
Ek-2: letme Anket Formu.....	148

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1: Turizm İşletme Belgeli Termal Tesislere Gelen Turist Sayısı (1998-2000).....	40
Tablo 2: Turizm İşletme Belgeli Termal Tesislerde Geceleme Sayısı Ve Tesislerin Doluluk Oranı (1998-2000)	40
Tablo 3: Belediye Belgeli Termal Tesislere Gelen Turist Sayısı (1998-2000).....	40
Tablo 4: Belediye Belgeli Termal Tesislerde Geceleme Sayısı Ve Tesislerin Doluluk Oranı (1998-2000).....	41
Tablo 5: Mü terilerin Yaşlarına Göre Frekans Ve Yüzde Dağılımları.....	85
Tablo 6: Mü terilerin Cinsiyetlerine Göre Frekans Ve Yüzde Dağılımları.....	86
Tablo 7: Mü terilerin Eğitim Durumlarına Göre Frekans Ve Yüzde Dağılımları....	86
Tablo 8: Mü terilerin Mesleklerine Göre Frekans Ve Yüzde Dağılımları.....	86
Tablo 9: Mü terilerin Gelirlerine Göre Frekans Ve Yüzde Dağılımları.....	87
Tablo 10: Mü terilerin Gelişim Sebeplerine Göre Frekans Ve Yüzde Dağılımları.....	87
Tablo 11 : Çalışanların Görev Aldıkları İşletmenin Türüne Göre Frekans Ve Yüzde Dağılımları.....	88
Tablo 12 : Çalışanların Görev Aldıkları İşletmenin Belge Durumuna Göre Frekans ve Yüzde Dağılımları.....	88
Tablo 13 : Çalışanların Görev Aldıkları İşletmenin Faaliyet Süresine Göre Frekans ve Yüzde Dağılımları.....	89
Tablo 14: Çalışanların İşletmedeki Görevlerine Göre Frekans Ve Yüzde Dağılımları.....	89
Tablo 15: İşletmede Bulunan Fizik Tedavi Merkezi Yeterince Hijyeniktir.....	90
Tablo 16: İşletmede Çalışan Personel Hijyen Konusuna Özen Göstermektedir.....	91
Tablo 17: İşletmedeki Termal Üniteler Yeterince Hijyeniktir.....	92
Tablo 18: İşletmedeki Konaklama Bölümleri Yeterince Hijyeniktir.....	93

Tablo 19: İletme Yiyecek- çecek Hizmetlerinde Yeterince Hijyeniktir.....	94
Tablo 20: İletmedeki Fizik Tedavi Ücretleri Uygundur.....	95
Tablo 21: İletmede Bulunan Termal Ünitelerin Ücretleri Uygundur.....	96
Tablo 22: İletmede Konaklama Ücretleri Uygundur.....	97
Tablo 23: İletmede Sunulan Yiyecek- çecek Hizmetlerinin Fiyatları Uygundur....	98
Tablo 24: İletmede Sunulan Rekreatif Hizmetlerin Fiyatları Uygundur.....	99
Tablo 25: İletme Tarafından Taahhüt Edilen Bütün Hizmetler Eksiksiz Sunulmaktadır.....	100
Tablo 26: İletme Yönetimi Olu an Sorunların Çözümünde Duyarlı Davranmaktadır.....	101
Tablo 27: İletme Çalı anları Olu an Sorunları Çözme Konusunda Yeterlidir.....	102
Tablo 28: İletme Donanımı Talep Edilen Hizmetleri Kar ılama Konusunda Yeterlidir.....	103
Tablo 29: Fizik Tedavi Ünitelerinde Çalı an Personel Bilgi Açısından Yeterlidir.	104
Tablo 30: İletme Personeli Talep Edilen Hizmetleri Kar ılama Konusunda Yeterlidir.....	105
Tablo 31: İletmede Sunulan Yiyecek- çecek Hizmetleri Beklentileri Kar ılamaktadır.....	106
Tablo 32: İletmenin Kurulu Yeri Ula ım Açısından Uygundur.....	107
Tablo 33: İletme Çevresindeki Sosyal Alanlar Yeterlidir.....	108
Tablo 34: İletmede Bo Vakit Geçirebilecek Aktiviteler Yeterlidir.....	109
Tablo 35: İletme Talep Edilen Hizmetleri Zamanında Sunma Konusunda Yeterlidir.....	110
Tablo 36: İletmede Çalı an Personelin Davranı ları Saygılıdır.....	111
Tablo 37: İletme, Misafirler le Sa lıklı İleti im Kurma Konusunda Yeterlidir....	112
Tablo 38: İletme, Misafirlere Kar ı Dürüst Davranmaktadır.....	113
Tablo 39: İletmede Bulunan Güvenlik Önlemleri Yeterlidir.....	114
Tablo 40: Boyutların Ya a Göre Kar ıla tırılması.....	115
Tablo 41: Boyutların Cinsiyete Göre Kar ıla tırılması.....	116
Tablo 42: Boyutların E itim Düzeyine Göre Kar ıla tırılması.....	117
Tablo 43: Boyutların Mesle e Göre Kar ıla tırılması.....	118
Tablo 44: Boyutların Gelir Düzeyine Göre Kar ıla tırılması.....	119

Tablo 45: Boyutların Gelişimine Göre Karşılaştırılması.....	121
Tablo 46: Boyutların İşletme Türüne Göre Karşılaştırılması.....	122
Tablo 47: Boyutların Belge Türüne Göre Karşılaştırılması.....	123
Tablo 48: Boyutların Faaliyet Süresine Göre Karşılaştırılması.....	124
Tablo 49: Boyutların Çalışanların Görevlerine Göre Karşılaştırılması.....	126

BÖLÜM I

G R

Bilindi i üzere, insano lu tarih boyunca sürekli seyahat etmi tir. İlk ça lardan bu yana devam eden seyahatler bilimin ve teknolojinin hızlı geli imi ile büyük bir ilerleme kaydetmi tir. Örne in, ilk ça larda yayan olarak gerçekleştirilen ve aylar süren yolculuklar günümüzde otomobil, tren, uçak, vb. teknolojik ta ıtlar sayesinde saatler hatta dakikalar sürece kadar kısalmı tir. Bu hızlı geli im insanların daha sık seyahat etmelerine yol açmı tir. Önceleri genelde zorunlu oldu u durumlarda seyahat eden insanlar teknoloji ile birlikte geli en ve kolayla an ula ım olanakları sayesinde gezme, görme, dinlenme gibi farklı amaçlarla da seyahat etmeye ba lamı lardır. İnsanların seyahatleri sırasında ise konaklama, yeme-içme, vb. ihtiyaçlarını kar ılamak ve buna ba lı olarak kar elde etmek isteyen müte ebbisler de bu geli meye ba lı olarak giderek ço almı lar, bilim ve teknoloji sayesinde geli mi lerdir. Ula ım olanaklarının kolayla ması ve seyahat eden insanların sayısının artması, bu insanların seyahatleri sırasındaki ihtiyaçlarının da artmasına ve çe itlenmesine sebep olmu tur. Buna ba lı olarak insanların ula ım, konaklama, yeme-içme, dinlenme, bo zaman de erlendirme, vb. birçok ihtiyaçlarını kar ılamak ve bu i ten kar elde etmek isteyen müte ebbisler de kendilerini geli tirmi ler ve hızla büyüyerek, bugün dünya üzerinde bir çok ülkenin ciddi gelirler elde etti i turizm sektörünü olu turmu lardır.

Turizm sektörü, uzun zamandır, genellikle deniz, kum ve güne üzerine kurulu bir hizmetler bütünü olarak algılanmıştır. Zamanla insanların turizm sektöründen beklentileri de değişmiş ve yeni taleplerde bulunmaya başlamışlardır. Ancak, burada dikkati çeken husus, 21. yüzyıla hızla giren dünyanın, içinde bulunduğu çevre sorunları, artan nüfus ile ilişkili sosyal, kültürel ve diğer sorunlar, insanların dinlenmek için çok daha farklı turizm türlerine yönelmelerini beraberinde getirmiştir. Geniş insan kesimlerine hitab eden turizm türlerinin yanı sıra sayıları sürekli olarak değişen, fakat, hiçbir zaman çokluluk teşkil etmeyen bir grup, her defasında farklı turizm türlerine katılmayı tercih etmiştir. Buna örnek vermek gerekirse; inanç turizmi, golf turizmi, yeni tanınmaya başlayan yörelere seyahat gibi turizm faaliyetleri sözü edilen farklı bir yapıya sahip kesimin talepte bulunduğu turizm türleri arasında yer almaktadır. Ancak, günümüzde durum biraz farklı olarak meydana gelmeye başlamıştır (Kılıçözlü, 1995:1).

Alternatif turizm türlerine olan talep, insanların kendi içsel isteklerinden dolayı, daha çok dünyanın içinde bulunduğu olumsuz şartlardan kaynaklanmaktadır. Stres, kirlenen hava, gürültü kirliliği gibi faktörler, alternatif turizm talebini gündeme getirmektedir. Öte yandan, kitle turizminin getirmekte olduğu gürültü kirliliği ve çevre sorunları da alternatif turizm türlerinin talebinde önemli oranda etkili olmaktadır. Dünyada alternatif turizme yönelik olumlu bir talep artışı gerçekleşirken, turist çeken ülkeler, merkezler ve yöreler de alternatif turizmi, turizm pazarlamasının bir olgusu olarak, yani bir çekim ekinde kullanmaktadırlar. Ürün farklılığı ile pazarlama faaliyetlerini gerçekleştiren üreticiler, buldukları yörelerin doğal ve kültürel zenginlikleriyle doğrudan ilgili olan alternatif turizm türlerini gündeme getirmekte ve buna uygun yatırımlarda bulunmaktadır. Alternatif turizm ile ilgili açıklamalarda vurgulanması gereken bir husus da, bu tür turizm faaliyetlerinin turizmden kısıtlı bir şekilde elde edilen gelir düzeyini arttırmak amacıyla değerlendirilebileceğidir. Ülkeler, turizm sektöründe her zaman var olan risk faktörünü en aza indirmek ve turizmi çeşitlendirerek riski dağıtmak gibi bir anlayışla alternatif turizm faaliyetlerini teşvik etmektedirler. Türkiye de yukarıdaki hedefler doğrultusunda hareket ederek, turizmini çeşitlendirmeyi hedeflemektedir. Bunu yaparken de ülke kaynaklarına uygun yeni alternatif turizm türlerini geliştirme gibi bir politikayı da yürütmektedir (Kılıçözlü, 1995:2).

Bu politikaya ba lı olarak, Türkiye'nin en önemli alternatif turizm kaynaklarından biri olarak geli tirilen termal su kaynakları ülkemiz turizmi açısından büyük önem ta ımaktadır. Bilindi i üzere, su insan hayatının vazgeçilemez unsurlardan biridir. nsano lu milyonlarca yıldan beri suyu, hayatının bütün evrelerinde bir çok amaçla kullanmaktadır. Önceleri genelde içme ve temizlik amaçlı olarak kullanılan su, ola an üstü nitelikleri sayesinde bir çok alanda da kullanılmaya ba lanmı tır. nsano lunun geli mesine paralel olarak boy gösteren bilimsel ve teknolojik geli meler, suyun kullanım alanını giderek geni letmi tir ve tarım, bilim, endüstri, ula ım vb. alanlarda da su, vazgeçilmez, ikame edilemez yerini almı tır.

Suyun insano lunun geli mesiyle birlikte giderek geni leyen kullanım alanı, sa lık amaçlı kullanımını da gündeme getirmi tir. İlk ça lardan beri insanlar, çe itli hastalık ve rahatsızlıklarını su ile tedavi etmektedirler. Yeraltında de i ik katmanlarda birikerek çe itli eriyik maden ve minerallerle etkile im içerisine girerek, de i ime u rayarak bazı niteliklere sahip olmaktadır. Farklı yollarla yeryüzüne geri dönen bu sular, çe itli hastalık ve rahatsızlıklara iyi geldi i, insanlar tarafından ke fedildi i ve önceleri rastlantısal, daha sonraları da bilinçli olarak sa lık amaçlı kullanılmaya ba landı ı belirlenmi tir. te, insanlar tarafından sa lık amaçlı kullanılan bu sulara “*termal su*” ve bu suların yeryüzüne çıktığı yere ise “*termal kaynak*” adı verilmektedir. Termal sular, giderek insanların dikkatini çekmi ve insanlar sa lık amacıyla bu kaynakların bulundu u yerlere gitmeye ve böylece termal turizm anlayı ı geli meye ba lamı tır (im ek, 2003:2).

Dünya'da birçok ülke turizm olanakları ve turistik ürün çe itleri az olmasına ra men, elinde bulunan kıt kaynakları çok verimli bir ekilde de erlendirerek, turizmden milyarlarca dolar gelir elde edebilmektedir. Yapılan ara tırmalar ve istatistikler incelendi inde ula ılan sonuçlar da aynı do rultuda olmaktadır.

Türkiye bilindi i üzere, turizm olanakları ve ürün çe itlili i açısından oldukça zengin bir ülke. Ancak, ne yazık ki ülkemiz, elinde bulunan büyük imkâna ra men, kıt kaynaklarla turizm yapmaya çalı an ülkelerin elde ettikleri gelirlere göre oldukça dü ük gelirler elde etmektedir. Bunun çe itli sebepleri olmakla birlikte en önemli sebebi ise, elde bulunan kaynakları gerekti i kadar verimli kullanamamaktır.

Bu ara tırmada, genel olarak alternatif turizm çe itleri incelenmi , ayrıca termal turizm ele alınarak, bu turizm çe idi ile ilgili literatür bilgileri 11 nda daha ayrıntılı bir biçimde irdelenmi tir. Daha sonra, Ankara li'ne ba lı Kızılcahamam lçesi termal turizm açısından incelenmi ve bu bölgede faaliyet gösteren termal turizm i letmelerinde çalı anlar ile, bu i letmeleri tercih eden mü terilerin beklentilerini kar ıla tırmaya yönelik bir alan ara tırması gerçekte tirilmi tir.

Ara tırmanın birinci bölümünde, alternatif turizm kavramı, alternatif turizmin tanımı ile ilgili görü ler ve alternatif turizm çe itleri olan yat turizmi, da turizmi, yayla turizmi, inanç turizmi, kı turizmi, golf turizmi, kongre turizmi, termal turizm ve di er alternatif turizm çe itlerine ait literatür bilgileri verilmi tir.

İnci bölümde, termal turizm geni bir kapsamda ele alınarak literatür bilgileri incelenmi tir. Ayrıca, termal turizmin Türkiye'de ve Dünya'da ki durumu ile ilgili bilgilerde bu bölümde ele alınarak irdelenmi tir.

Üçüncü bölümde ise, Ankara li'nin Kızılcahamam lçesi termal turizm açısından incelenmi tir. Bu bölüm, Kızılcahamam'ın co rafi, sosyal, kültürel, ekonomik yapısı, Kızılcahamam termal turizminin geli imi ve bölgenin termal turizm potansiyeline ili kin bilgileri içermektedir.

Dördüncü bölümde, termal turizm üzerine daha önce yapılmı ara tırmalar ve bu ara tırmalara ili kin bilgiler ele alınmı ve bu ara tırmalarla ilgili özet bilgiler sunulmu tur.

Be inci ve son bölümde, Kızılcahamam'da faaliyet gösteren termal turizm i letmelerinde çalı anlar ile bu i letmeleri tercih eden mü terilerin beklentilerinin kar ıla tırılmasına yönelik bir alan ara tırması gerçekte tirilmi ve elde edilen bulgular analiz edilerek yorumlanmı tir.

Ara tırmada veri toplama tekni i olarak anket yöntemi kullanılmı tur. Çalı anlara ve mü terilere uygulanmak üzere iki ayrı anket formu, konuyla ilgili daha önce yapılan ara tırmalarda kullanılan anketler incelenerek ve bu anket formlarından faydalanılarak düzenlenmi tir. Anket formu iki ayrı bölümden olmaktadır. Birinci bölümde, Kızılcahamam'da faaliyet gösteren termal turizm i letmelerini tercih eden mü terilerin demografik özelliklerini, bu i letmelerde çalı anların ve çalı tıkları i letmelerin özelliklerini belirlemeye yönelik kapalı uçlu sorular yer almaktadır. Anket formunun ikinci bölümünde ise, her iki grubun da

cevaplardı ı; hijyen, fiyat ve hizmet kalitesi boyutlarına ili kin görü lerin bulundu u 25 adet yargı bulunmaktadır. Ara tırmaya katılan termal turizm i letmelerinde çalı an üst, orta düzey yöneticilere ve ekip elemanlarına toplam 115 anket formu da ıtılmı , geri dönen anketlerden 96 (%83,4) tanesi de erlendirmeye alınmı tır. Bu i letmeleri tercih eden mü terilere ise toplam 150 anket formu da ıtılmı ve geri dönen anketlerden 122 (%81,3) tanesi de erlendirilmı tır. Toplanan veriler bilgisayar ortamında ve SPSS 10,00 for Windows programında frekans analizi, ba ımsız örneklere ili kin t-testi ve tek yönlü Anova testi kullanılarak analiz edilmi tır.

1.1. Alternatif Turizm Kavramı

Alternatif turizm kavramı dünyadaki bir çok ülke tarafından ve ülkemiz tarafından da uzun zamandır kullanılmaktadır. Bununla birlikte alternatif turizm üzerine bir çok tanımlama gerçekleştirilmiştir. Bilindiği üzere, sosyal bilimlerde tek bir doğru olmadığından, bu tanımlardan sadece birini doğru kabul edip diğerlerini yok saymak doğru değildir. Bu nedenle, bu başlıkta alternatif turizm kavramı üzerine yapılan tanımlamalar irdelenerek, genel bir tanımlamaya ulaşılmaya çalışılmıştır.

Bu konudaki literatür incelendiğinde, alternatif turizmle ilgili iki temel yaklaşım olduğu görülmektedir. Bunlardan birincisi; alternatif turizmin diğer turizm türlerine benzeri, fakat, tamamlayıcı bir turizm türü olduğu yolundadır. İkinci yaklaşımda ise, alternatif turizm, oluşumu yönünden, geleneksel turizmden farklı özelliklere sahip daha özel konularla harekete geçirilen bir turizm türü olarak düşünülmektedir. Bu özellikler; genel olarak, doğal çekicilikler, turistik talepteki kendine özgü bir takım özellikler olarak ifade edilmektedir (Britton, 1977:269). Daha sonraki yıllarda ise alternatif turizmin, özel olarak turistlere sunulan yeni bir ayrımlama anlayışı veya konukseverlik olarak tanımlandığı görülmektedir (Gonzales, 1987:56).

Tanımlar incelendiğinde, alternatif turizmin sosyal ilişkiler üzerinde duran, turizme tepki olarak geliştirilen özel tercihe dayalı bir turizm türü olarak ifade edildiği görülmektedir. Aynı zamanda bu olgunun Avrupa’da “soft turizm” olarak uzun yıllar kabul gördüğü de görülmektedir. Ancak, 1980’li yılların sonunda soft turizmin sadece çevre –turizm ilişkisini önemseyen turizm türü olduğu ve alternatif turizmle özdeş olmadığı sonucuna ulaşılmıştır (Ankomah, 1991:433).

Başlıktaki başlık altında alternatif turizm kavramı ile ilgili olarak bu görüşler ve gelişmeler dikkate alınarak detaylı açıklamalar yapılmaktadır.

1.2. Alternatif Turizmin Tanımı ile İlgili Bazı Görüşler

1980'li yıllarda en çok tekrarlanan ifade, alternatif turizm olmuştur. Henüz uzun bir geçmişe sahip olmamasına rağmen, bugün turizmin müthiş ekonomik ve toplumsal faydalar getirmenin yanı sıra sorunlara da neden olduğu kabul edilmektedir. Bu nedenle, insanların çoğunu ne demek olduğunu tam olarak anlamasalar dahi, ilke olarak ve içten gelen bir dürtüyle, alternatif turizm kavramına hoş görüşle bakmakta ve hatta onu etkin bir şekilde savunmaktadırlar. Sürdürülebilir kalkınma gibi, alternatif turizm de, neredeyse her şeyi ifade edebilecek bir anlatım kabul edilmiştir. Fakat, bu terimin tam olarak ne anlama geldiğini ve esas olarak da bu alternatif türün mevcut ve potansiyel tatil yerleri için ne anlam taşıdığına dikkatle incelenmesi gerekmektedir. Alternatif turizm, diğer bütün turizm türlerinin de il, en az istenen veya en çok istenmeyen turizm türünün, yada, esas olarak kitle turizminin, Golden ve Ashe' in ise kurumsallaştıran kitle turisti olarak tanımladığı kavramın alternatifidir. Dünyanın, en ünlü tatil bölgeleri olan Costa Brava (İspanya), Daytona Strip (Amerika), Atlantic City (Amerika) ve Blackpool (İngiltere)'a bir alternatiftir. Yüksek sayılara, zevksiz ve her yerde rastlanılan gelişmeye, çevreye ve topluma yabancılaşmaya ve aynı zamanda bir alternatiftir (Butler, 1992:31).

Kitle turizminin reddi ve alternatif turizminin kabulü yeni olgulardır. 19. yüzyılda, Thomas Cook' un turist grubu, yolculukları sırasında karlı turları tek başına yolculuk eden seçkin turistlerden büyük tepki almışlardır. Chrstaller, 1963 yılında, kıyıda kenarda kalmış turistik yerlerin çok sayıdaki kitle turisti ve bununla bağlantılı gelişmeye nedeniyle ekilemediğini bilerek, yazısını "gerçek turizm arayanlar, buralarda bir dakika bile durmuyorlar" diyerek sonuçlandırmıştır. Sosyolog ve antropologlar, turistlerin gittikleri yerlerde yol açtıkları insan dışlıkları, gelenekleri ve davranışlarındaki değişikliklerle ilgili kaygılarını uzun zaman önce açıklamışlardır. Fakat, bu kaygılara karşılık, iki önemli sorun öne sürülmüştür; bunların biri kitle turizminin en azından ulusal ve belki de bölgesel düzeylerde ekonomik derisi, ikincisi ise, insanların büyük bölümünün kitle turisti olmaktan hoşlanmasıdır. İnsanlar, yolculuklarıyla ilgili ayarlamaları kendileri yapma ve bir yere gittiklerinde kalacak yer arama zorunluluğunu yaşamaktan, yabancı bir dil

ö renmeden mal ve hizmet alabilmekten, makul, bazı durumlarda da önemli ölçüde rahat bir yerde kalmaktan, oldukça tanıdık yiyecekler yemekten ve bütün bunları elde etmek için a ır ı büyük paralar harcamaları gerekmemesinden ho lanmaktadır. Bütün bunlara kar ılık gerçekte, teke tek otantik yerel kültürle ili ki kurmak ve Üçüncü Dünya'nın yada Eski Dünya'nın gerçekleriyle yüz yüze gelmekten feragat etmeyi göze alıyorlar (Bilsen, 1987:19).

Öyleyse, bu alternatifleri irdelemenin mantı nı geli me sürecinin do asında, birçok toplumun ve acentanın turizmle u ra ma konusunda ba arısızlıklarla dolu geçmi inde ve en önemli neden olarak da insanın do asında aramak gerekmektedir (Butler, 1992:31). Bilindi i gibi, turizm uzun yıllardır, olumsuz etkisi pek az olan, gelir getirici yumu ak bir seçenek olarak görülmü tür. Kanada' da, yerel bir hükümetin vatanda larını ziyaretçileri ba ırlarına basmaya te vik etmek için yakın zamana kadar kullandı ı slogan,"Turistler foto raf dı nda hiçbir ey götürmez ve ayak izleri dı nda hiçbir ey bırakmaz" eklindeydi. Polaroid film ambalajları ve ayak izlerini bırakan ki ileri kim, neden ba rına basmak istesin, buna açıklık getirilmemi ti ama turistlerin Kanada'da birkaç milyar dolar harcadı ı notu dü üldü ünde, açıklama biraz netlik kazanmaktadır. Gerçekte, turizmin çe itli türlerde ve de i en önem düzeylerinde sorunlar yarattı ı giderek daha açık bir ekilde görülmektedir (Britton, 1977:269).

Bu sorunların bazılarında kaçınmak neredeyse olanaksız iken, di er sorunları hafifletme çabaları alternatif sorunlara neden olabilmektedir. Örne in, turistlerle bölge halkı arasındaki ili kiler bir sorun yada de i im nedeni olarak görülüyorsa, bunu neredeyse tamamıyla ortadan kaldırmak mümkündür (Britton, 1982:331).

Turizm bir sanayi dalı, geli im ve kalkınmanın bir ekli ve aracıdır. Turizmin bu ekilde görülmesi gerekir. Kontrol edilen ve gerekti i gibi yönetilen turizmde, kaynaklar çok az kullanılabilir veya hiç kullanılmayabilir, veya, kaynaklardan sürdürülebilir bir esasta faydalanılabilir. Ancak turizmin çevre, kaynaklar ve onu sürdürecekt bölge halkının kapasitesinin kaldıramayaca ı ölçüde geli mesi halinde turizm artık yenilenebilir bir sanayi kayna ı olmaktan çıkar ve Murphy' nin dedi i gibi 'büyüdü ü kadar çabuk batan bir giri im' haline gelir (Butler, 1992:31).

Burada savunulan, bu gibi yorumların kitle turizmi kadar alternatif turizm için de geçerli oldu udur. Kitle turizmi tesislerinin ve turizm alanlarının geli im sürecinin öne sürdü ü ya am döngüsü kavramı da dâhil olmak üzere yaygın bir eilde tartışılmı tır (Butler, 1992:31). Fakat, vurgulanması gereken, kontrol ve sorumlulu un olmadığı yerde, kapasite sınırlarının bazılarının, yada, tümünün a ilaca ı ve yalnız çevresel de il, aynı zamanda insani ö eleri de içeren turizm ürününün niteli inin bozulmasının, azalmasının ve de i mesinin kaçınılmaz olarak gündeme gelece idir.

Alternatif turizm genellikle uygun turizmle e anlamlı olarak kullanılmaktadır. Fakat, bu ba lamda “kim için uygun” sorusunu sormak gerekir. Ayrıca, ne kadar süre için, hangi artlar altında ve kimin kararına uygun diye sorulmalıdır. Turizm haklı olarak, Üçüncü Dünya ülkelerinin veya daha az geli mi ülkelerin, geli mi ülkelerin egemenli i altına girmesi ve onların belirleyici tavırlarını daha da iddetlendirmesi nedeniyle genellikle emperyalizmin ba ka bir ekli olarak nitelendirilmi tir. Günümüzde ne çok sayıda dü ük ve orta sınıfa mensup turistler, nede sayıları ne olursa olsun “hippiler” ho kar ılanmamakta, onların yerine az sayıda zengin, iyi e itim görmü ve davranı larına dikkat eden turistler istenmektedir. Bu sert bir ele tiri gibi görülebilir fakat, “uyu turucular, cinsellikle ilgili serbest de erler ve dü ük hijyen standartlarında olu an kar ı kültürün konusunda vaaz veren hippie ve bulmak amacıyla gitti i eyi dejenere eden veya ihlal eden tüketici, bir birey-ortalama turist-“gibi tanımlamada, bu ele tirileri bertaraf etti i pek söylenemez. Deneyimli ara tırmacılar bile benzer yorumlar yapmaktadır. Holder öyle yazıyor (Holder, 1988:10); “ülkeler daha çok sosyal davranı ve ekonomik güç standartları daha dü ük insanları çeken kitle turizmine yönelmekte, bu da turistik bölgelerin sosyo-çevresel açıdan niteliklerini kaybetmesine yol açmaktadır.” “Dü ük sınıflardan” turistlerden ve turizmden ho lanmama kendini çok çe itli alanlarda göstermektedir. Hayward, Gomez ve Sterner 1981 tarihli “Bermuda’s Delicate Balance” ba lıklı kitaplarında, tercih ettikleri turist türünü açıkça tanımlamı lardır. “idealimizdeki turist, gelince uzun süre kalan, çok para harcayan,devamlı kaliteli ziyaretçilerdir.” Alternatif turizmi savunanların hepsi sınıfsal önyargılara sahip olmakla suçlanamaz belki, ama, gerçekçi olarak dü ünüldü ünde, alternatif turizmin ço u eklini tercih edecek turistler genellikle iyi

e itim görmü , zengin, olgun ve muhtemelen beyazdır. Bu tanım ço umuza (zengin nitelmesi dı ında) uyuyorsa, akademisyenlerin alternatif turizme en azından anlayı la yakla masının bir nedeni olabilir.

Turist türünü de i tirmek de, turist sayısını azaltmak veya sınırlandırmaktan kolay de ildir. Plog ve arkadaş ları, 1977 tarihli çalı malarında farklı turistlerin nasıl farklı tercihleri oldu unu göstermi lerdir. Bir bölge geli ti i zaman, ziyaretçi türünü daha önce “gerçek turizm” bulma umuduyla gelen türe dönü türmek neredeyse olanak dı ıdır (Christaller, 1963:96). kinci olarak, turistik bir bölgede kendine belirli (ve buna ba lı olarak sınırlı) bir piyasayı (örne in ku uzmanları, foto rafçılar, amatör arkeologlar, kültür meraklıları, vb.) amaç olarak belirlemi se, bu piyasanın yalnızca yeterince büyük olmaması de il, aynı zamanda ba ka örnekleri bulunması gibi gerçek bir riskle kar ı kar ıya kalır. Ziyaretçiler, söz konusu bölgeyi ancak Galapagos, Kanada, Himalayalar, Antarktika, vb. gibi seçeneklerden sonra de erlendirmeye alabilirler. Buna ek olarak, kitle turistlerinin büyük bir bölümü bir yere yapı ıp kalmayı tercih eder ve sınırlı sayıda para harcarken, alternatif turistler, oldukça fazla harcama yaparlar ve yaptıkları bu harcamaların büyük bölümünü, daha önceden satın aldıkları tur paketleri için veya çok sayıda de i ik yerde küçük mebla lar halinde sarf ederler. Wall, 1989 tarihli yapıtında, gerçek vah i do a turistlerinin vah i do ada neredeyse hiç para harcamadı ını, çünkü, orada para harcayacak hiçbir ey olmadı ını göstermi tir (Boo, 1991:92).

Turizmin toplumsal de i ime ve etkilere yol açmasının nedeni, genel olarak, turistlerle turistik bölge yerlileri arasındaki ili kiler olarak kabul edilmektedir. Buna ba lı olarak, tarafların birbirlerinin kültürlerine kar ı anlayı lı oldu u ve bölge yerlilerinin davranı larında her-hangi bir de i im beklenmedi i durumlarda dahi, turistlerin bölge yerlilerinin evlerinde kaldı ı turizm türlerinin uzun vadede, çok sayıda turistin geleneksel turist sınırlarında kaldı ı ve bölge halkıyla ili kilerinin yo un dahi olsa sınırlı oldu u ve hem turistler hem de bölge yerlileri için yapay ortamlarda gerçekte ti i turizm türüne oranla, bölge yerlilerinin davranı larında de i ime yol açması çok daha yüksek bir olasılıktır. Kitle turizmi söz konusu oldu unda, turistlerin girmedi i alanlarda bölgeye özgü gerçek ortamı bulmak mümkündür. Turistleri zamana ve bölgeye yaymak, yani belli zamanlarda yo unla ma olmasını önlemek amacıyla sezonu uzun tutmak, turistlerin açıkça

tanımlanmış sürelerde büyük sayılar halinde de olsa küçük alanları ziyaret etmesine oranla daha geniş bir alanın çok daha derin ve kalıcı bir şekilde etkilenmesine yol açmaktadır (Butler, 1990:40).

Alternatif turizmi, pratik ve arzu edilir de il diye niteleyerek tamamen bir yana atma girişimi doğrudur, fakat, bununla birlikte, alternatif turizm söz konusu olduğunda ve belki daha da fazla, seçici ve rastlantılara bırakılmayan planlamaya, idareye ve gelişme üzerinde kontrole ihtiyaç duyulduğunu unutulmamalıdır. Dengeyi ön plana çıkaran Holder (1988:19)'in de belirttiği gibi “ekosistemler arasındaki ekonomik ve toplumsal amaçları dengeleyen, devletin sorumluluğu ile bireylerin ve grupların hakları arasında denge kuran tepkiselden çok, etkin bir yaklaşımdır. Bunu yapmak, her türlü şart altında kolay değildir. Bölgenin özelliklerini ve kontrolünü de içine alan, alternatif turizm modeline açıkça ve tam olarak uyan önemli bir örnek bulunmamaktadır. Cohen'in alternatif turizmle ilgili olarak 1989 yılında yaptığı kısa eleştirisinde getirdiği sonuçlara paralel olarak, alternatif turizmin gerçek değeri, belki de, kitle turizmini bir kenara atıp değerlendirmek yerine, geleneksel turizmin getirdiği sorunları azaltmakta yatmaktadır (Cohen, 1989:127).

Alternatif turizm ne ekonomik anlamda, ne kişisel tercihler anlamında, ne de yer anlamında kitle turizminin yerini alabilir. Alternatif turizmin yapabileceği en iyiyey, belli görevleri yerine getirmektir. Bunları bir çekici yönleri ve otantiklik ile artırarak kitle turizmini tamamlamak, örneğin; Meganck ve Ramdial'ın yazdığı gibi (Meganck ve Ramdial, 1984:15), turistlere; “bölgenin doğal alanlarının ve zengin kültürel tarihinin zevkine varma ansı” vermektedir. Başka biri ise, doğa, tarih, dil, fotoğrafçılık gibi belirli turist gruplarının yada kategorilerinin ihtiyaçlarına ve arzularına yanıt vermektedir. Avrupa'da belki de en yaygın olan başka bir turizm türü ise, öncelikle tarahların gelirlerini, örneğin çiftçilik turizmi, rehberlik, el sanatları ve oda ile kahvaltı sunan işletmeler gibi marjinal alanlar yoluyla artırmaktır. Alternatif turizmin getirebileceği dördüncü fayda, çevresel ve/veya toplumsal kapasite sınırlamaları nedeniyle önemli değişiklikleri sürdüremeyen bölgelerde turizmin gelişmesine olanak tanımaktır. Ancak Norbu'nun da belirttiği gibi; bazı bölgeler, yılda 5000 gibi az sayıda ziyaretçinin dahi, ihtiyaç ve taleplerini karşılamakta zorlanabilmektedir (Norbu, 1984:14).

Alternatif turizmle ilgili yapılan bu tanım denemeleri incelendi inde, 2000’li yıllarda, halen bu turizmin; kitle turizminin getirdi i olumsuzlukları ortadan kaldıran bir amaçla kabul gördü ü ya da geleneksel ve demode olmaya ba layan turizm türlerini çe itlendiren, artıran,canlandıran destek veya tamamlayıcı bir türü oldu u yolunda farklı iki yakla ımla ele alındı ı görülmektedir. Bu çalı mada, bu farklı görü lerin ikisi de farklı ko ullarda geçerli olacak bir tanım özelli ine sahip olabilir varsayımı ile do ru kabul edilmi tir. Bu nedenle bu çalı mada alternatif turizm “duruma göre tamamlayıcı,duruma göre de özel bir turizm türü” olarak ortaya çıkan; geleneksel veya kitle turizmine alternatif olabilen bir turizm türü olarak kabul edilmektedir.

1.3. Alternatif Turizmin Çe itleri

Alternatif turizmle ilgili kavramsal açıklamalardan sonra, bu turizm türü adı altında geli tirilen farklı turizm türlerinin neler olması gerekti i konusu da, konu ile ilgili literatürde ele alınmı tır. Bu sınıflandırmada, genellikle ülkenin çekicilik (i letmeler,do al güzellikler, sosyo-kültürel zenginlikler) özellikleri yanında, dünya konjektöründeki moda e ilimlerinin de dikkate alındı ı görülmektedir .Bu turistik ürün çe itlendirmesi veya alternatif turizm belirlemede bazı analizlerin yapıldı ı gözlenmekte ve bazı sorularla açıklanmaktadır (Smith, 1992:133). Bunlar;

a) Turizmin geli ti i çerçeve (mevcut durum) nedir?

Bu belirlemede, ülkenin fiziksel, sosyal, kültürel ve ekonomik çevre gibi karakteristik çerçevesinin ortaya konması, mevcut durumun bir envanterinin yapılması ifade edilmektedir. Bu a ama, turizmin nasıl olgunla tı ı, geli ti i ve etkilerinin neler oldu unun saptanması açısından önemlidir.

b) Ne geli tirilecektir?

Bu a amada mevcut turistik arz içinden özellikle ne geli tirilecektir. Daha yeni aray lar içine mi girilecektir? Bunların belirlenmesi yapılacaktır. Bu konudaki soruları belirlemekle ülke tesisleri; sosyo-kültürel yapısı, do a güzellikleri, ula tırması gibi konularda önemli ölçüde a ırlık olacaktır.

c) Turizm nerede geli tirilecektir?

Bu belirlemelerle, ülkenin fiziksel karakteristi i bölge, yöre itibariyle vurgulanarak ortaya konacak, özellikle geli tirilerek bölgelerin (pilot) tanıtımı, pazarlaması yapılacaktır. Bölgeselle tirme a aması olarak da adlandırılan bu a amada, geli tirilecek türün öncelikle uygulanaca ı bölgelerin saptanması yapılır.

d) Turizm geli tiricileri kimlerdir?

Turizmin geli imine katkıda bulunacak kritik faktör geli tiricilerinin yapısı (hukuki), mülkiyet durumu, do ası, kontrol imkanları gibi konuların belirlenmesi yapılır. Bu ba lık adı altında sorulacak sorular geli tiricilerin merkezleri ile ilgili soruları da kapsamaktadır. (Kamu/özel, yabancı/yerli, ferdi/ irket). Ayrıca, bu söz sahibi faktörlerin turizme kar ı tavırları da belirlenmeye çalı ılmaktadır.

e) Turizm nasıl geli ti?

Ülkenin turizminin mevcut duruma gelmesindeki faktörlerin, etkenlerin ortaya konmasına çalı ıldı ı bir a amadır. Bu amaçla, turizmin geli mi lik ölçülerini gösteren rakamlar; ekonomik veriler, doluluk kapasitesi, fiziksel envanterler, geli im oranları, planlamanın ekli, boyutu, turist sayısı, kullanılan ula ım türleri vb. konulara açıklık getirilir.

f) Turist kim?

Turistlerin profilini belirlemeye yönelik olarak yürütülen bu amaçta talebin yapısı ortaya konur. Ayrıca, motivasyonlar, tedbirler, önlemler de tartışılır.

g) Turizm ülkede hangi etkileri oluşturuyor?

Turizmin varlığı, ülkede olumlu ve olumsuz yönlerle fiziksel, doğal, sosyo-kültürel çevreyi nasıl etkilemiştir? Bunun ülkeye getirisi ve götürüsü ne oranda olmuştur? Bu konu ile turizmin maliyeti ve karlılığı ifade edilmeye çalışılır.

Bu yedi kavram detaylı olarak ele alınıp incelendikten sonra, turizmle ilgili mevcutlar, beklentiler ve gelişmelerin yönü belirlenerek, bir turizm türü veya türlerine karar vermek, alternatif turizmin yer aldığı ve sürdürülebilirliği açısından son derece önemli olacaktır. Bu amaçla, her ülke kendi koşullarına uygun olarak farklı alternatif turizm türlerini belirleyebilmektedir. Örneğin; Türkiye’de Turizm Bakanlığı bu amaçla, 1994 yılında 42 tür turizm çeşidi tespiti yapmıştır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 1994:3).

Bu konuyla ilgili ortak kabul görmüş ve benzer özelliklere sahip birçok ülkede belirlenmiş belli başlı turizm türleri şöyle sıralanabilir (Austrian National Tourist Office, 1993):

- 1- Yat turizmi,
- 2- Gastronomi turizmi,
- 3- Doğaya yönelik turizm,
- 4- Golf turizmi,
- 5- Davet ve Kış turizmi,
- 6- Festival turizmi,
- 7- Tren/Bisiklet/Karavan turizmi,
- 8- Termal turizm

Bu turizm türleri ile ilgili açıklamalar devam eden kısımlarda detaylı olarak ele alınmaktadır.

1.3.1. Yat Turizmi

Gemiadamları Yönetmeli i ilk kez 1986 tarihli ‘Gemiadamlarının Sayısı ve Yeterli i Hakkındaki Tüzük’ te “spor, gezi ve e lence amaçlı, gros ton 150 yi, kütük boyu 33 metreyi ve ta ıyaca ı yolcu sayısı 12 yi a mayan ticari gemileri” yat olarak tanımlamı tır. Bu tanımlı baz olarak, yatçılı ın, spor, gezi ve e lence amacıyla yapıldı ını, yani geni anlamda turistik bir faaliyet oldu unu; Kruvaziyerlerin yapıldı ı gemilerden daha küçük boyutlu ve onlardan daha az sayıda yolcu ile yapılan bir deniz gezisini kapsadı ını, söylemek mümkündür. Burada yönetmelikte getirilen 12 yolcu sınırlamasına dikkatle yakla mak gerekmektedir. Son yıllarda, teknik özellikleri yat tanımına oranla birlikte (150 tondan az, 33 metreden kısa), ülkemizde egemen olan ‘kitle turizminin’ talepleri do rultusunda, 12’den fazla yolcu ta ıyabilen ve bu yüzden sicillere ‘yolcu gemisi’ olarak kaydedilen çok sayıda, yat tanımında boydan ve tonajdan çok ‘gezi, spor ve e lence’ amacının esas alındı ı da ileri sürülebilir. Dünya yatçılı ında, son yıllarda artan bir trend görülmeye ba lanan ‘megayatlar’ bu kategoriye girmektedir. Yatçılık, limanlar arasında düzenli yolcu ula ımını sa lamaktan çok gezi, e lence, dinlenme ve spor amacıyla az sayıda ki inin hizmetine sunulan pek büyük olmayan gemilerle yapılan turistik/ticari faaliyetlerdir (Deniz Ticaret Odası, 1990:7).

Bu tanım, öncelikle, yatçılı ın turistik yönünü vurgulamaktadır. ster iç, ister dı piyasaya yönelik olsun, dünyanın bütün yatçılık merkezlerinde, bu faaliyete mü teri olarak turistlerin katıldı ı gerçektir. Ayrıca, bu hizmet, turistlere belli bir bedel kar ılı ında sunulmakta oldu undan, ‘ticari’ bir boyut her zaman vardır. Yatçılıkta kullanılan gemilerin istisnasız özelli i ise, limanlar arasında düzenli bir yolcu ula ımına yönelik olmamaları, aksine gezilerin önemli bir bölümünü koylar, körfezler, barınaklar vb. de geçirmeleridir. Bu özellikleri ile de seferlerini düzenli biçimde iki veya daha fazla liman arasında yapan kruvaziyer gemilerinden ayrılmaktadırlar. Ayrıca, bu tip yolcu gemilerine ufaktır ve daha az yolcu kapasitesine sahiptirler. Ülkemizde yer yer sıkça rastlanan yolcu motoru türü ufak gemiler de amaçları ve düzenli sefer yapmaları dolayısıyla, tanımın dı ında kalmaktadırlar. Yatçılık, birçok unsurun bir araya gelerek bir deniz gezisi hizmetinin sunu uyla, sonuçlanan, birçok bran a ayrılan bir ekonomik faaliyettir. Limanlar,

barınaklar gibi alt yapı hizmetleri, personel vb. boyutlarıyla geni ölçüde istihdam yaratan bir i koludur. stihdam edilen personelin mutlaka sınırlı da olsa, bazı beceriler kazanımı olması zorunlulu u, kalifiye eleman yeti tirilmesi yönünden bir ba ka alt yapı baskısını do urmaktadır. Yatçılık, turiste do al, tarihi, kültürel ve insani güzelliklerimizin pazarlanmasına dayalı bir ticari faaliyettir. Bu bakımdan sözü edilen de erlerin korunması ve zenginle tirilmesi de sektörün en önemli ilgi alanlarından biridir. Bu çevre de erlerinin yitirilmesi, yatçılığın yitirilmesi anlamına gelir (Dinçer, 1989:18).

Yatçılı ın genellikle göz ardı edilen çok önemli bir boyutu, etkili bir tanıtım yöntemi olmasıdır. Özellikle, Türk filoların büyük bölümünü olu turan mürettebatlı yatlarla gezen yabancı yatçılar, ülkelerin sadece koylarını, köylerini, kentlerini de il, insanlarını da yakından tanıma olana ına sahiptir. Mürettebatla birlikte yolculuk yapan yabancı, ülke insanının bir kesitini yolculuk süresince yüz yüze bir ili ki içinde tanımak zorundadır. Aynı durum bir otelde kalan ki i için de geçerli de ildir. Öte yandan, yatçı ile yat i letmecisi arasındaki ili ki otel mü terisi ve turizm acentesi arasındakinden daha yakın ve yüz yüzedir. Bu yararlarından dolayı bu turizm türü dünyada en çok geli mi alternatif turizm türünü olu turmaktadır (Bekta , 1994:19).

1.3.2. inanç Turizmi

Turizm sektörü dünyada bozulmamı do a, özgün kültürel kimlik, aktif tatil anlayı nın gittikçe artan oranda egemen oldu u yeni bir geli me süreci içerisinde bulunmasının sonucu gündeme gelen bir turizm türüdür. Kutsal yerlerin yerli ve yabancı turistlerce ziyaret edilmesinin turizm olgusu içerisinde de erlendirilmesi, inanç turizmi olarak tanımlanmaktadır. Bu amaçla, dinsel yönden önemli bulunan cami, kiliseler, sanat tarihi açısından önemli olan anıtlar, müzeler, evler, mimari özellikleri nedeniyle türünün ilk veya ilginç örne i olan yapılar, tarihi eserler bu ba lamda de erlendirilerek turistlerin hizmetine sunulmaktadır. Bu turizm türü de do aya zarar vermedi i, bazı de erlerin korunup, tanıtılıp de erlendirilmesi açısından önemli görülerek bir alternatif turizm türü olarak geli tirilmeye ba lanmı tır (Kültür ve Turizm Bakanlığı , 1994:13).

Ulusal sınırları hesaba katmaksızın dünyada meydana gelen teknolojik de i iklikler insanları bir araya getirmektedir. Yazının icadından bu yana, belki de 9.000 veya 10.000 yıl önce, dünya üzerindeki bazı yerler, farklı kültür, uygarlık ve dinler arasında olu an yakın ili kilere sahne olmu tur. Gerek ilk ça medeniyetlerinin Anadolu'da geli mesi, gerekse Hıristiyanlı ın ilk dönemlerinde havarilerin, ortaça da ise Musevilerin buldukları ülkelerde kar ıla tıkları a ır baskı ve yok etme politikaları sonucu, bu topraklara sını nmı olmaları, Türklerin kendi dini olan amanizm'e ve daha sonra slamaiyet'e geçi dönemine ait eserlerin yanı sıra çok sayıda sinagog ve kilisenin Anadolu'da yer almasına neden olmu tur. Milletimizin slami anlayı paralelinde derin saygı ve ho görü içerisinde günümüze kadar ula an bu eserler, Türkiye'yi di er ülkelerden daha avantajlı duruma getirmektedir. (Anonymous, 2004-a).

nsanların devamlı ikamet ettikleri, çalı tıkları ve temel ihtiyaçlarını kar ıladıkları yerlerin dı na inanç çekim merkezlerine, dini inançlarını tatmin etmek amacıyla yaptıkları ve bu seyahatleri sırasında genellikle turizm i letmelerinin üretti i mal ve hizmetleri talep ederek, geçici konaklamalardan do an olaylar ve ili kiler bütünü olarak tanımlanabilen “ nanç Turizmi” de yukarıda sayılan turizmin genel nitelikleri açısından ülkemizde çok büyük öneme sahiptir. Çünkü, günümüzde parasal ve kitlesel bir olay haline gelen turizmin yarattı ı ekonomik, sosyal, kültürel ve politik etkiler nedeniyle, ülkemizin ekonomisi ile uluslararası ekonomik ve politik ili kileri açısından önemli sonuçlar do urabilecek bir güce sahiptir. Bu ba lamda, dini inançları nedeniyle Hac görevlerini yerine getirmek amacıyla yapılan büyük göç hareketlerinin, ekonomik ve sosyal bakımdan ülkeleri etkileme özellikleri her zaman göz önünde tutulması gereken bir unsur olmalıdır. Ülkemizin önemli inanç çekim merkezlerine sahip olması nedeniyle bu ekonomik potansiyelin demokratik, laik Türkiye Cumhuriyetinin temel esasları çerçevesinde ele alınması ve de erlendirilmesi esastır. Di er bir deyimle, jeopolitik, jeostratejik konumu itibariyle kıtaların ve kültürlerin birle ti i yerde, kurulan devletimizin ekonomisinin geli tirilmesi için nanç Turizminin araç olarak de erlendirilmesi, bu güne kadar oldu u gibi bu günden sonra da ülkemize her inançtan olan insanların ho görü ile kar ılanması hedefimiz olmalıdır. Özellikle, dünyada iki büyük dinin üç milyar civarındaki benimseyenini ilgilendiren tarihsel olayların cereyan edece i ülke

konumu ile Türkiye Cumhuriyeti; Laik devlet yapısı ile Müslüman ço unlu a sahip demokratik bir ülke olarak Hıristiyan dini inanç çekim merkezlerine sahip bir ülke olarak, dinler arası yumu ama, uzla ma ve barı ortamının yaratıldı ı yer olmalıdır (Anonymous, 2004-b).

Sonuç olarak, aynı do al güzelliklerin payla ıldı ı keskin rekabetlerin ya andı ı turistik ülkelerin ra bet ettikleri bir turizm olmaktadır. Çünkü, deniz veya do a belki bir Akdeniz'de Yunanistan ve Türkiye arasında fark etmemekle beraber, farklı bir aray ı içinde olan turist için Türkiye'deki Hristiyanlı ın merkezi olan Kapadokya oldukça cazip gelecektir ve Kapadokya'nın bir benzerine Yunanistan'da rastlamak mümkün de ildir. te bu çekicilik özelli inin, özellikle kitle turizmiyle kirlenen ve demode olan tatil turizminden sonra farkına varıldı ı için di er alternatif turizm türleri gibi yeni ve geli me a amasındadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 1994:14).

1.3.3. Do aya Yönelik Turizm

ABD'li tur operatörleri ve uluslararası turistler üzerinde yapılan ara tırmalar, özel ilgilere yönelik seyahatlerin hızla arttı nı ve en popüler özel ilgi turlarının açık hava etkinlikleri oldu unu göstermektedir. Sanayile mi ülkelerin ço unlu u, ulusal parklar, tabii ya am sahaları ve tarihi harabeleri ile, turistlere çe itli Açık hava etkinlikleri sunmaktadır. Ayrıca, geli mi ülkeler, uluslararası seyahat sistemlerinin daha kolay eri ebildi i yerlerdir ve yabancı turistlere hem çe itli alternatifler, hem de oldukça güvenli geziler sunma imkânlarına sahiptirler (Alpine, 1987:83).

Do a turizmi etkinliklerine olan talebin artı ı, orman kaynaklarının bu etkinlikler dizisi için kullanımını, gerek kayna ın yönetim ekilerinin geli mesi, gerekse kırsal alanlara yapaca ı faydaların artı ı açısından cazip hale getirmektedir (Korkmaz, 2001:129).

Geli mekte olan ülkelerde de uluslararası turistlere sunulmaya hazır çok sayıda ulusal de erler ve gezi olana ı bulunmaktadır. Tur operatörü, hem geli mi , hem de geli mekte olan ülkelerdeki bu alternatifler ile potansiyel turistler arasında en büyük öneme sahip ba lantı halkasıdır. Fakat, geli mekte olan ülkelerde do aya

yönelik seyahatler konusunda uzmanla mamı tur operatörleri, co rafi tercih sahaları, pazarlama ve destek ba lantıları, tanıtım çabaları ve mü teriler konusunda çok az ey bilmektedirler (Alpine, 1987:84).

Ülkemiz do al zenginlikler ve turizm faaliyetleri açısından çok büyük bir potansiyele sahip olmasına ra men, maalesef, ülkemizde do aya yönelik turizm faaliyetleri di er turizm çe itlerine oranla oldukça dü ük bir seviyede seyretmektedir. Bunun önemli bir sebebi ise dı etkenlerdir. Örne in, uluslararası turizm pazarında, ev sahibi ülkeler, ziyaretçilerine en tatmin edici deneyimleri sunacak olan bir etkinlikler paketi satmaya çaba göstermektedirler. Basının olumsuz etkileri, gidilecek ülke hakkında bilgi yoklu u ve politik istikrarsızlık, pek çok turistin, bazı ülkeleri seyahatleri için seçmelerini engelleyici faktörler durumundadır (Dameyer, 1986:15).

Turizm geli tirme politikalarında ba arı sa lamak için, Dünya'ya ülkenin turizme sunduklarının tanıtabilmesi amacıyla planlı bir pazarlama yapılması ve kaynakların bu amaca tahsis edilmesi gereklidir. Çe itli ara tırmalar, turizmin, geli mi ülkelere ve büyük turizm sistemlerinin geli mekte olan ülkelere büyük ekonomik yararlar sa ladı ını göstermektedir. Ancak, do a turizminin geli mekte olan ülkelerde yerel, kırsal nüfusa sa layabilece i do rudan ve dolaylı ekonomik yararlar konusunda detaylı analizler yapılması gerekmektedir. Do a turistleri ve do a turizmi pazarı üzerine ara tırmalar da, turistlerin bu kendine özgü seyahat deneyimlerinden beklentileri ve gereksinimlerinin daha açık olarak belirlenmesine yardımcı olacaktır (Österreich, 1993:2).

1.3.4. Golf Turizmi

Günümüzde, geli mi veya geli mekte olan ülkelerin turizme giderek artan ölçülerde daha fazla önem verdikleri gözlenmektedir. Özellikle, geli mekte olan ülkelerin bazıları, kalkınmak için ihtiyaç duydukları dövizi kar ılayacak ve ödemeler dengesine olumlu katkıda bulunarak turizm sektörüne ayrı bir önem vermektedir. Buna paralel olarak, Turizm Bakanlı ı da ülkemizdeki turizm türlerini çe itlendirmek için çalı malar yapmaya ba lamı olup, bunlardan bir tanesi de turizmi tüm yıla yaymak ve gelirini arttırmak amacıyla golf turizminin geli tirilmesi

ve desteklenmesi yönünde tevik edici önlemleri alarak, yatırımları yönlendirmeye çalışmaktadır. Geçmiş 15'nci yüzyıla kadar uzanan ve en çevreci spor olarak bilinen golf, dünya ile birlikte ülkemizde de gittikçe gelişme gösteren bir sektör olmuştur (Akova, 1996:130).

İlk defa 1413 yılında St. Andrews öğrencilerince oynanmaya başlanan golf oyunu yaklaşık 580 yıldır tüm dünyada büyük bir ilgiyle açık havada çim üzerinde oynanmaktadır. Son yıllarda her yaş grubu tarafından rahatlıkla yapılabilir olması ve yeni şehirleşme yerlerinde yeni alanlara verilen önemin artması sonucu golf alanlarında ve bu sporu yapanların sayısında büyük artış olmuştur. Sadece Amerika'da 23 milyon, Japonya'da 13 milyona yakın golf oyuncusu bulunmaktadır. Dünyada en çok oynanan sporlardan birisidir. Golf oynayanların sayısı 60 milyona yaklaşmaktadır. Tatil ve sayfiye yerlerinde spora verilen önem hızla artmaktadır. Örneğin; kayak, su sporları, denizcilik ve golf bu sporlardan bazılarıdır. Batılı ülkelerde gelişmiş bir spor olan golf, günümüzde bütün dünyaya yayılmaktadır. Üst gelir gruplarının daha çok ilgi gösterdiği bu spor, son birkaç yıldır hızla popüler olmaya başlamıştır. Bu spora ilgi duyan insanların birçoğu aynı zamanda diğer ülkelerdeki golf alanlarını da ziyaret etmektedirler. Golf alanlarının oluşturulması, diğer taraftan tersine, doğayı yok edici değil, çevrenin korunması yolunda da önemli katkıları olan bir yatırımdır. Çünkü, Golf turizmine gönül verenlerce tanımlanan en ideal yapıdaki golf alanları; topografyası ile en az oynanan, doğal dokuyu bozmadan düzenlenen, yine sadece golf alanlarıdır (Akova, 1996:131).

Golf turizmi yatırımında, ilk aşamada, amaç kesimi ve yerden imtinalmesi gibi girişimler doğayı olumsuz etkilese bile, daha sonra; peyzaj mimarisi, çok sayıda amaç dikimi ve yerden imtinalme çalışmaları yaparak bozulan doğanın yeniden korunmasını sağlamak mümkün olmaktadır. Açık bir alanın oyun için gerekli olduğu bir ormanın da bu spor için en iyi manzarayı oluşturacağı herkesçe bilinen bir gerçektir. Bu şekilde ormanlar içinde kurulacak olan golf alanları ve bu sahalar içinde bulunan gölet, yapay göl vb. su kaynakları bir yandan doğal ekolojik yapının korunmasını sağlayacak, diğer yandan da ülke için önemli olan orman yangınları zararını azaltacak bir seviyeye getirecektir (Kura, 1992:10).

Bütün bunların yanında, golf turizminde tanıtım faaliyetlerini, diğer turizm faaliyetlerini diğer turizm çeşitleriyle karşılaştırıldığında daha az maliyetle gerçekleştirmek mümkündür. Çünkü, kulüpler aracılığıyla etkin bir biçimde örgütlenen golfçüler arasında yoğun bir bilgi akışı vardır. Bu da haberleşme, tanıtım konusunda; maliyeti düşürücü çok önemli bir faktör olmaktadır. Golf turizmine katılacak olan kitlenin diğer önemli özelliği de; üçüncü yaş grubundan olmasıdır. Tüketim gücü yüksek olan bu grubun giderek daha artan oranda ülke ekonomisine döviz girdisi sağlaması mümkün görünmektedir. Golf turizminin gereksinimi golf alanlarının yapısının yaygınlaşmasının diğer olumlu etkisi de; hiç kuşkusuz, yerel yönetimler için en önemli sorunu olan kaçak yapılaşmayı önleme açısından katkısı olacaktır. Çünkü, bu geniş ve büyük alanlar, kentlerdeki kaçak yapılaşmaya karşı doğal bir engel oluşturabileceklerdir. Gelir düzeyi yükseldikçe, kitle turizminden bireysel turizme geçildiği gözlenmektedir. Spor ve aktivite ağırlıklı turizm çeşitleri ön plana çıkmaktadır. Bütün bunların sonucunda, Dünya’da son yıllarda yelkencilik, maceracılık, dağcılık, yürüyüş gibi faaliyetlere ilgi giderek daha çok artmaktadır. Bu anlamda golf turizminin bu hareketliliği Türkiye’ye taşıyacağını tahmin etmek de çok zor değildir (Kura, 1992:11).

Dünya turizminde görülen bu değişimler ve Türk turizminin çeşitlendirilmesi yönündeki genel politikası doğrultusunda hareket eden Turizm Bakanlığı, konuya gereken önemi vermiş ve 14 adet “Golf Alanı”nın planlama çalışmalarını tamamlayarak yatırımcılara açmıştır. Ayrıca “Golf Turizmi”te vizyon sisteminde “Öncelikle Turizm Türü” olarak belirlenmiş ve yatırımcılara bu yolla da yeni imkânlar sağlanmıştır. İspanya’nın sadece golf turizminden yılda 150-200 milyon dolarlık bir gelir elde ettiği düşünüldüğünde, bir an önce golf turizmini harekete geçirmenin gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Avrupa’da yapılan istatistikler ve hesaplamalar göstermiştir ki, bir golf oyuncusunun günlük harcaması 62 ABD doları civarında değildir (Chesnau, 1991:8).

Her ne kadar golf sporu Anglo-Sakson ülkelerinin sporu olmasına rağmen, son yıllarda Almanya, Fransa ve İsviçre’de bu spora hayli merak duyulduğundan, yeni pazarlar oluşmaktadır. Anglo-Sakson ülkeleri ise golf pazarının esas müşterileridir. Golf turizmi olacak yeni bir turizm merkezine de ikili bir imaj ve yenilik getirmekte ve bu merkez kültürel ve sportif alanda hazır olan müşteriyi

çekmektedir. Bölge turizmini tüm yıl boyunca faal tutarak, ülkenin turizm pazarlamasında etkin bir rol oynamaktadır. Golf turizmi merkezi, yapılacak müsabaka ve sunulacak diğer hizmetlerle birlikte bölgenin spora dayalı turizme de pazarlanabilmesine imkân verme açısından oldukça önemli bir türü olmaktadır (Yedigün, 1992:4).

1.3.5. Da ve Kı Turizmi

Dağlık ortamlarda bulunma, dinlenme ve tatil ile dağ sporları yapma amaçlarını kapsayan bir turizm hareketidir. Bu tür uygulamalar genellikle orta ve yüksek dağlık yöreler üzerinde planlanır ve geliştirilir. Dağ Sporları ise; Dağlık yörelerde sürdürülen sportif amaçlı gezi, yürüyüş, tırmanma ve kayaklı uygulamaları kapsayan, bireysel ve toplu olarak yapılan, belirli araç ve gereçlerin doğaya koşullarına ve yazılı kurallara uygun olarak kullanıldığı bir spor dalıdır (Ülker, 1999:11).

Dinlenme ve tatil geçirme amaçlı yer değiştirme olayı, zamanla doğa ara tırmaları, geziler, yürüyüş, tırmanma ve kı sporları gibi sportif hareketleri de bünyesine alarak, dağ turizmi ve dağ sporlarının gelişmesine neden olmuştur. Dağlar, insanları ilk olarak, sağlıklı iklimleri ile kendisine çekmiştir. Dağların iklim açısından insan sağlığına uygun özellikleri, klimatizemin konusuna girer. Orta yükseklikteki dağlık alanlar yaz aylarında serin ve ılıman, kış aylarında ise etkili güneşli olması ile vadi ve ova tabanlarına göre daha sıcak olur. Ayrıca, her zaman temiz havasıyla insanları kendine çeker. Özellikle büyük şehirlerde yaşayan insanlar, sağlıklı iklimde bulunma amacıyla bu alanları tercih etmektedirler (Sekirden, 1998: 27).

Bu turizm türünde genellikle, kar ve dağ esas çekicilik özelliği olarak kullanılmaktadır. Turizm konusunda alternatif arayışlar, özellikle kırları uzun ve karlı ülkelerde bu çekicilik unsurunun değerlendirilmesini gündeme getirmektedir. Bu özelliklere sahip olmayan ancak 3-4 aylık bir kışa yaygın ve kar yağışının bol olduğu ülkelerde de turizm mevsiminin uzatılması amacıyla geliştirilmesine çalışılan bir tür olma özelliğine sahiptir. Bu tür turizm aynı zamanda sağlıklı bir yaşam için de gereklidir. Özellikle genç nüfusun yoğun olduğu turist gönderen ülkeler için oldukça

önem ve çekicilik arz eden bir turizm türüdür. Bu nedenle, da turizmi ve da sporlarına elverişli yöreleri bulunan dünya ve özellikle Avrupa ülkeleri, bu olanaklarını değerlendirerek, hem turizm yönünden hem kitle yönünden çok ileri bir gelişme göstermişlerdir. Bu konularda büyük başarılar yapmış olan Avusturya, İsviçre, Fransa, İtalya gibi alpin ülkeleri ile İsveç ve Norveç gibi Kuzey Avrupa ülkeleri, Amerika Birleşik Devletleri, Kanada, Japonya gibi devletler bir yana, Yugoslavya, Romanya ve Yunanistan gibi Balkan devletleri bile ülkelerinde da turizmi ve kış sporlarının geliştirilmesi amacıyla yoğun yatırım ve teknik uygulama çalışmaları içerisine girmişler bulunmaktadır (Österreich, 1993:4).

Da turizminde güdülen amaçlar; Sosyal ve ekonomik açıdan yeterince kalkınmamış olan dağlık ve ormanlık yörelerin kalkınmasına katkıda bulunmak ve hızlandırmak, bu yörelerdeki doğal değerleri ve doğal çevreyi koruyarak kullanmak, turizm mevsimini yazdan kışa artarak uzatmak ve turizm çeşitliliğini sağlamak, yaz mevsimini yazdan kışa artarak uzatmak ve turizm çeşitliliğini sağlamak, yaz mevsimi çalışmaları, fakat kış mevsimi için kalan vasıflı turizm için gücünü yıl boyu ve sürekli olarak istihdamını sağlamak, döviz giderlerini artırmaktır (Ülker, 1978:174).

Yararları ise; Sanayileme ve kentleşme sürecine bağlı olarak oluşan iç turizm talebinin karılanması, alt ve üstyapı yetersizliği nedeniyle bu konuda yurtdışına yönelen talebin içeriden karılanması, yurtdışında ülke dışlarına yönelik yabancı turist talebinin karılanması, halk sağlığını ve iş gücü veriminin korunması ve bölgesel ekonomik kalkınmayı sağlamasıdır (Ülker, 1978:175).

1.3.6. Festival Turizmi

Festivaller, toplumlar tarafından genellikle sosyal ve kültürel kutlama etkinlikleri olarak görülüyor. Daha da ileri giderek, festivallerin yöre üzerinde dikkate değer bir ekonomik etkiye sahip, turist çeken bir unsur olarak görülmekte oldukları da söylenebilir. Festivallerin turist çekmeyi sağlayan başlıca bir etken olabilmeleri, hiç şüphesiz, belirlenen hedeflerde bu konuya da yer verilmiş olmasına ve nasıl bir yöntemle yönetilmekte olduklarına bağlıdır. Bazı uzman festival yöneticileri bir dizi temel engelle karşılaşmalarına işaret etmektedir (Katz, 1981:128).

Sözgelimi, festival etkinlikleri süre giden bir temelde de il, yılda sadece birkaç gün ya da birkaç hafta için gerçekleştirilmektedir. Bu etkinlikler aynı zamanda büyük oranda onları sergileyen bireylere ve gönüllü gruplara bağımlıdır. Gönüllüler, genelde her ne kadar güçlü bir katılım duygusuna sahip iseler ve önemli bir zamanı, çeşitli etkinliklere harcamaya istekli iseler de, katıldıkları alanda yeterince eğitilmiş ve uzmanlaşmış olmayabilmektedirler. Buna ek olarak, topluluk üyeleri, festivali para getirecek turist çeken bir etkinlik olarak de il de, kendi yörelerinin kültürel ve tarihsel bir yansımasını ortaya koyan toplumsal temelde bir eğilim olarak da görüyor olabilirler. Hangi durum söz konusu olursa olsun, bir fon ve kadro oluşturmak gündemde olması gereken bazı konulardır.

Bununla birlikte, gönüllü kökenli tüm organizasyon türlerinin, gelişiminin yalnızca iki aşamasında yoğunlaştıklarına da işaret edilmektedir. Birçok festival organizasyonu için durum bu aşamada gerçekleşiyor olabilir. Öte yandan, ara tırmacılar festival, tarihsel olarak eskidikçe yönetsel olgunluğun da her zaman ilerleme kaydetmediğini belirlemişlerdir. Bazı festival düzenleyicileri festivalleri rekreasyonel bir arayış olarak görmekte ve bir dereceye kadar gerçek ve resmi olmayan bir temelde yönetilmeleri gerektiğini ileri sürmektedirler. Bazıları da, "ticari zihniyetli" bir yaklaşımın ortaya çıkması halinde topluluk ilgisinin ve kontrolün zayıflayacağı korkusuyla profesyonelleşmeye yönelik bu eğilime karşı çıkmaktadırlar. Festival etkinliğinin, otantik özelliklerin zayıfladığı ya da tamamıyla ortadan kalktığı, kalabalık ve ticaretin ön plana çıktığı ve bir "turist tuzağı" haline gelmesi durumu da konunun endişe yaratan bazı boyutunu oluşturmaktadır. Öte yandan, mevcut yerel bölgenin ötesindeki ziyaretçiler hedef alınarak pazarlanmadığından, festivalin varlığını sürdürebilmesi ve finansal açıdan daha canlı olabilmesi de olumlu değildir (Getz, 1988:22).

Festivalleri incelerken göz önüne alınması gereken yönetimle ilgili bazı kavramlar da festival konusu ürünün, yaşam devresine ilişkin bilgilerdir. Organizasyonlar gelişimin birbirini izleyen aşamalarını kat ederken, organizasyon programları da festival izleyicilerinin de en isteklerine cevap verecek önlemleri içermelidir. Festival programları, festival konusu ürün, başlangıç, büyüme ve gelişme, olgunluk, doyma ve düşüş aşamalarından geçtiği sırada farklı güçlüklerle karşılaşmaya kalmaktadır. Bu durum, özellikle elde tutulamayan malların ve

hizmetlerin yönetimiyle ulaşımları için bir gerçek olarak ortaya çıkmaktadır. Bu durum, özel etkinlik ürünlerinin, turizm, organizasyon, toplum gelişmesi ve ziyaretçilere sağlanan yararları gibi birbirinden farklı çeşitli açılardan tanımlanabileceğini göstermektedir. Festival yöneticilerinin karlıları ilk güçlük, bu birbirinden farklı noktalardan hangisini dikkate alarak kendi festivallerine en iyi uyacak dengeyi kurma kararı vermeleri anlamında ortaya çıkmaktadır (Getz, 1988:23).

1.3.7. Tren/Bisiklet/Karavan Turizmi

Günümüzde Avrupa ve ABD gibi birçok ülkede gelişmekte olan ulaşım aracı ve bir turizm türüdür. Bu türlerden tren, özellikle ulaşım aracı olarak fazla rahat görmemesine rağmen, yaklaşık 5 yıldır nostaljik seferlerle çok kısa mesafelerde, özel gezilerde yararlanılan bir tür olarak literatürde yer almaktadır. Bu amaçla turist talebini açısından tren turizmi yeniden gündeme gelmiştir. Örneğin; Fransa ile İngiltere arasında gerçekleştirilen kanal tünel projesinde olduğu gibi, aynı şekilde ulaşım amaçları ile de hızlı trenlere yatırım yapan birçok turistik ülke bulunmaktadır. Örneğin; Fransa ve Almanya yeniden bu ulaşım türünü ve turistik amaçlı kullanımı gündeme getirmeye çalışmaktadırlar. Bu konuda yapılan bir araştırmaya göre trenle seyahat eden kişilerin çoğu (Kosters, 1992:180):

- a) Arabası veya ehliyeti olmayan gençler,
- b) Otobanlardan veya yabancı bir şehirdeki kalabalıklardan hoşlanmayan yaşlılar,
- c) Güvenli bir seyahat isteyenler,
- d) Ucuz seyahat etmek isteyenler,
- e) Özel ilgi grupları, trenle belli yöreleri gezmek isteyen kişiler,
- f) Bazı zamanlarında seyahat edip treni tercih edilen bir alternatif olarak görenler, manzara seyretmekten hoşlananlar, tabiatın kokusunu almak isteyenler gibi, özellikler gösterdiği görülmektedir.

Yine aynı kapsamında geliştirilen bir turizm türü de karavan turizmi olmaktadır. Özellikle doğal güzelliklerden yararlanmak, istenilen yerde mola verme rahatlığından yararlanmak isteyen turistler için geliştirilmiş bir turizm türüdür.

Karavan turizminin geli mesi aynı zamanda kamping türü tesislerin de geli mesine neden olmu tur. Bu turizm türü özellikle, ekonomik anlamda gidilen ülkeye fazla bir getirisi olmadı ı için 1980’li yıllarda fazla te vik edilmemekle beraber, özellikle 1990’lı yıllarda fazla yatırım gerektirmemesi, do al güzelliklerin korunması ve yumu ak turizm do a turizmi konularının gündeme gelmesi ile önem kazanmaya ba lamı tır. Günümüzde, karavan turizmi artık alternatif turizm kapsamında yer alan ve özellikle çevreci zihniyetiyle barı ık olması nedeniyle dikkate alınan ve gerçekleştirilmek istenen bir turizm türü olmaktadır. Karavan turizmi aynı zamanda sa lık nedeniyle seyahat eden turistlere iklim, spor, sessiz do a, manzara, do a ile iç içe olma özellikleriyle hizmet etmektedir (Yılmaz, 1995:32).

Do a turizmi kapsamında gerçekleştirilen di er bir turizm türü de bisiklet turuna dayanan bisiklet turizmi olmaktadır. Fakat, bu konu, bu çalı mada ula ım amaçlı özel bir turizm türü ile ilgili oldu undan, dikkate alınmı tır. Rekreatif spor türü olarak da literatürde yer alan bu tür do a ile bütünle meye dönük seyahat eden (kısa mesafeli) turistlerin ra bet ettikleri bir turizm türü olarak geli mi tir.

Bisiklet turizminin geli mesi için alınması gereken önlemler bir ara tırmada öyle sıralanmaktadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı 1, 1994:22):

-Do al güzellikleri olan alanları birbirlerine ba layan tali yol a ları bir amaçlı düzenlenmeli.

-Amatör bir sporcunun günde ortalama 15-20 km, profesyonel bir sporcunun da günde 40 km. yol alabilece i dikkate alınarak mola yerleri düzenlenmelidir (köy evi, çadırlar,kamp yerleri vb.).

-Bu do rultuda, tur güzergahlarının belirlenmesi, tanıtılması amacıyla seyahat acentalarının bu yönde faaliyetlerde bulunmalıdır.

1.3.8. Termal Turizm

Termal turizmi, sa lık turizmi içerisinde de erlendirilen, içeriklerinde belli oranda mineral bulunan maden sularının dinlenme, zindeleme, tedavi ve bunun gibi amaçlarla de erlendirilmesinden do an bir dizi ili kiden kaynaklanmaktadır. Turizm Bakanlığı tarafından hazırlanan bir çalı mada termal turizmi: mineralize termal sular ile çamurların, kayna ın yöresindeki çevre ile iklim faktörleri bile iminde, insan

sa lı na olumlu katkıda sa lamak üzere, uzman hekim denetim ve programında: fizik tedavi, rehabilitasyon, egzersiz, psikoterapi, diyet gibi destek tedavilerle koordineli kür uygulamaları için yapılan turizm hareketi olarak tanımlanmaktadır (Ülker, 1994:15).

AIEST'in 1989 yılında yapmı oldu u sa lık turizmi kongresinde termal turizminin üç önemli özelli i vurgulanmı tır. Bunlar, genel olarak turizm olayının özelliklerinden olan sürekli oturlan yerden uzakla ma, sa lık için aktivitelere katılma ve bo zamanları olumlu yönde de erlendirmektir. Termal turizmi; jeotermal kaynakların sa lı ı koruyucu, dinlendirici, tedavi edici özelliklerini bir termal turizm tesisi bünyesinde, doktor ve sa lık personelinin denetiminde, gerekli tıbbi araç ve gereçleri, kür parkının di er bütün hizmet birimleriyle birlikte tesise gelen mü terilerin hizmetine sunmaya yönelik faaliyetlerin bütünü olarak tanımlayabiliriz. Dünya genelinde, termal turizminin geçmi i Romalılar'a kadar uzanmaktadır. Bilindi i üzere Romalılar, sava ta yararlanan askerlerini tedavi etmek amacıyla kaplıca ve ılıçalardan faydalanmı tır. Romalıların Avrupa'da in a etmi oldukları kaplıcalar, V. ve VI. yüzyıllarda meydana gelen do al afetler sonucunda yok olmu lardır. Romalılar'dan sonra uzun süre de erlendirilmeyen kaplıcalar, 18. yüzyıldan itibaren birdenbire önem kazanmaya ba lamı tır. Bu dönemlerde kaplıcalar yalnızca bir ifa yeri olarak de il, aynı zamanda o yılların Avrupa yüksek sosyetesinin u rak yeriydi. Kaplıcalarda bu yıllarda dans, kumar gibi etkinliklerin bolca yapıldı ı bilinmektedir. ngiltere'de Beau Nash'ın banyoları, Almanya'da Baden-Baden kaplıcaları, Avusturya'nın Baden kaplıcaları, Fransa'da Bains-Les-Bains kaplıcaları, talya'da Lucca kaplıcaları, Kuzey Amerika'da White Sulphur ve Saratoga kaplıcaları bu dönemlerde en bilinen termal tesislerdir. Bu dönemde, Avrupa'daki termal merkezler, önemli e lence merkezleri niteli i kazanmı tır. Ortaça 'ın kökle mi batıl inançları nedeni ile gerçek anlamda bir atılım söz konusu olmadı ı, o ça ın özelli i olan hiçbir tesis kalmamı tır. 1900'lü yıllara gelindi inde Avrupa'da 750 dolayında kaplıca i letilmekteydi. Zaman içerisinde ula ımda sa lanan geli melerin de katkısıyla kaplıcalar yüksek sosyetenin dinlenme ve e lenme yeri olmaktan uzakla arak, di er halk kitlelerinin de isteklerine dönük hizmet sunmaya ba lamı tır (im ek, 2003:36).

Termal turizmi alanında dünyadaki ülkeleri incelediğimizde, bir bölümünün bu alanda önemli mesafeler katettiğini görmekteyiz. Almanya'daki termal turizmi tesislerinin önemli bölümünün, çok eski dönemlerde inşa edilmiş olduğu görülmektedir. Eski binalara sahip olan kaplıca tesisleri zaman içerisinde restore edilerek ve çağdaş araç gereçlerle donatılarak hizmet sunmaya başlamıştır. Almanya'da son yıllar içerisinde inşa edilmiş kaplıca ve kür merkezlerinin sayısına bakıldığında, 258 kaplıca yerleşiminin bulunduğu görülmektedir (Sarıoğlu, 1994:15).

BÖLÜM II

TERMAL TURİZM, GENEL KAVRAMLAR TÜRKİYE'DEKİ VE DÜNYA'DAKİ MEVCUT DURUM

Bu bölümde, tezin uygulama çalışmasının gerçekleştirildiği esas konu olan termal turizm konusu irdelenmektedir. Bu bölümde termal turizm ile ilgili genel tanım ve kavramlar, termal turizmin özellikleri ve ayrıca termal turizmin Türkiye'deki ve Dünya'daki mevcut durumu hakkında bilgiler yer almaktadır.

2.1 Termal Turizmin Kısa Tarihi

Yapılan arkeolojik çalışmalarına göre, termal sular yaklaşık 10 Bin yıldan fazla süredir birçok topluluk tarafından termal tedavi ve terapiler için kullanılmaktadır. Asya'da bronz çağından bu yana yaklaşık 5000 yıldır termal sular dinsel ayinlerde Mısırlılar tarafından ve Persler, Romalılar, İngilizler ile Türkler tarafından birçok tedavide kullanılmaktadır (Anonymous, 2005-a).

Cumhuriyet döneminde ilk modern kaplıca tesisleri, Bursa'da, Çekirge Asker Hastanesi'nde 1927 yılında kurulmuştur. Bunu, daha sonraki yıllarda Yalova ve Bursa-Çelikpalas kaplıcaları izledi. Termal suların, bilimsel analizleriyle değerlendirilmesi bir gerçektir. Böyle olmakla birlikte, ülkemizde analizi yapılmamış çok sayıda kaynağın varlığı da düşünülebilir. Atatürk, konunun önemini benimseyen ilk kişi oldu ve 1933 yılında İstanbul Üniversitesi Tıp Fakültesi bünyesinde Balneoloji kürsüsünün kurulması ve Yalova Kaplıcaları'nın buna örnek bir kuruluş olması

emrini verdi. İfalı suların büyük bölümü, analizleri yapılarak halka tanıtıldı. Yalova Kaplıcaları da bu konuda, örnek bir Balneoterapi (Kaplıca Tedavi Merkezi) niteliğini kazandı (Ekim, 2003:23).

Türkler, eski ve zengin bir “su kültürü” ne sahip bir millet olmasına rağmen, günümüzde, ülke genelinde termal kaynakları kapsayan fiziksel planlamalar yapılmadığından, ülkede geniş bir dağılım gösteren çok sayıda termal kaynak, halk sağlığı ve termal turizmin kullanımına sunulamamıştır (Anonymous, 2005-b).

Çağımızda Japonya, Çin, Rusya, Cezayir, İtalya, Fransa, Romanya, Bulgaristan, Yunanistan, Macaristan ve Almanya ülkelerinde termalizm ve termal turizmi çok ileri düzeye getirmiştir. Fakat ne yazık ki kaynak zenginliği yönünden dünyada ilk yedi ülke içinde sayılan yurdumuzun, termal turizmde henüz hak ettiği düzeye ulaşabildiği söylenemez. Ülkemizde de, Avrupa standartlarında parmakla gösterilecek kadar az sayıdaki termal tesislerimize, yenilerinin eklenmesi, elbette ki turizm sektörüne büyük katkı sağlayacaktır (Ekim, 2003:23).

2.2 Termal Turizm ile İlgili Tanımlar

2.2.1. Turizm

Turizm, içinde bulunduğumuz yüzyılın ikinci yarısından günümüze, en büyük iktisadi ve sosyal olaydır. Turizm ülkelerin refah seviyesine, dolayısıyla iktisadi gelişmeye bağlı olduğundan, belirli ekonomik düzeye ulaşmış toplumları ilgilendirmektedir. Çoğu turizm, ülkelerin iktisadi ve sosyal gelişmeleri ile yakından ilgili olduğu halde, uluslararası turizmin sosyal yönü de olmakla birlikte, genellikle iktisadi boyutu büyük önem taşımaktadır (Anonymous, 2005-b).

Gelişmiş veya gelişmekte olan her ülke, uluslararası turizm pazarının belirli bir kısmını oluşturmak ve bu turizm pazarından pay sahibi olabilmek veya bir turizm pazarı olmak için turizm yatırımlarını teşvik etmektedir. Çünkü, bu pazardan pay alabilmek için bir takım asgari şartlar ve bu sektöre gerekli kadar önem vermek gerekmektedir. Söz konusu asgari şartlar turistlerin bir ülkeye yönelmelerinde etkili olan cazibe faktörleridir. Türkiye, sahip olduğu asgari şartlar itibarı ile, dünyanın

sınırlı sayıdaki ülkelerinden biri olmakla birlikte, turizm gelirleri konusunda diğer ülkelerden geride kaldığı bir gerçektir (Anonymous, 2005-b).

Turizm olayının oluşmasına neden olan nitelik ve nicelikler dikkate alınarak yapılacak bir değerlendirilmede, turizmi; turizm olayına katılan insanların sayısı, yapısal özellikleri ve turizmin ülke içinden ve dışından olmasına bağlı olarak sınıflandırabiliriz. İnsanların milli sınırlar içerisinde turizm kavram ve ilkelerine uygun olarak yapacakları faaliyetlere “iç turizm” denir. Aynı kültürü paylaşan insanların turizm olayı ile, bölgeler arası sosyal ve kültürel ilişkilerde gelişimin yanı sıra, yapılacakları harcamalar ile piyasalara ekonomik canlılık sağlanır. Ülkeler arası gerçekleştiren turizm ise “dış turizm” olarak tanımlanır ve ülkeler arası yakınlamalara katkı sağladığı gibi, önemli ekonomik kazançlar elde edilir (Anonymous, 2005-b).

2.2.2. Termal Turizm

Termalizm kökenli faaliyetler bütünü anlatan terimdir. Termal turizm, jeotermal kaynaklar var olduğu sürece etkin olan bir turizm türüdür (Göyün, 2001:2). Termal turizm, mineralize termal sular ile çamurların, kaynağın yöresinde çevre ve iklim faktörleri ile beraber, insan sağlığına olumlu katkı sağlamak üzere, uzman hekimlerin denetim ve programında, fizik tedavi, rehabilitasyon, egzersiz gibi destek tedavilerle beraber kür uygulamaları için yapılan turizm hareketidir (Bastem, 1993:14).

Kişinin psikolojik ve bedensel rahatsızlıklarına şifa bulmak, doğa özelliklerinden yararlanarak tedavi olmak amacıyla gerçekleştirildiği turizm ekline sağlık turizmi denir. Şifalı sulardan, çamurlardan ve kumlardan yararlanmak amacıyla sağlık turizmi gerçekleştirildiği gibi, çeşitli kürlere ve sağlık rejimlerine girmek amacıyla da yapılabilir. Sağlık turizminin en önemli özelliklerinden biri sağlık amacıyla gelenlerin kalma süreleridir. Tedavi kürlerinde sürenin büyük önemi vardır. Tedavi amacıyla gelen kişi, 15-20 gün termal merkezlerde kalmak zorundadır. Sağlık turizminin en önemli kaynağı ise termal alanlardır. Bu tür turizm “Termal Turizm” olarak isimlendirilir (Anonymous, 2005-b).

İnsanların sağlık amacıyla tarihin ilk çağlarından beri özellikle termal suların bulunduğu alanlara gittikleri bilinmektedir. Günümüzde de benzer amaçlarla insanlar termalizm yönünden de eriştiği alanlara giderek hastalıklarına çare aramaktadırlar. Dünyada sağlık turizminin bir alt dalı olan termal turizm alanında oldukça önemli yatırımların gerçekleştirildiği bilinmektedir. Termal turizme dönük olarak yalnızca Almanya’da yılda 8 milyon dolayında iç ve dış turiste hizmet sunulmaktadır. Türkiye’de de bu alanda özellikle son birkaç yılda Turizm Bakanlığı’nın teşvikiyle bazı yatırımların gerçekleştirildiği bilinmektedir. Aynı şekilde, Dünya’da tıp alanında ilerlettiği ülkelere sağlık turizmi amacıyla önemli oranlarda talep bulunmaktadır. İnsanların sağlık amacıyla tarihin ilk çağlarından beri özellikle termal suların bulunduğu alanlara gittikleri bilinmektedir. Günümüzde de benzer amaçlarla insanlar termalizm yönünden de eriştiği alanlara giderek hastalıklarına çare aramaktadırlar. İnsanların sağlık amaçlı gerçekleştirdikleri seyahatler ve bu seyahatler sırasında gerçekleştirdikleri konaklama, yeme-içme vs. faaliyetler ise sağlık turizmi olarak adlandırılmaktadır (Kozak, 1997:14).

Yunan ve Roma çağlarında, halkların sağlık etkinliği olan termal sulara önem verdiği bilinmektedir. Romalılardan kalan önemli termal merkezler; Pamukkale, Haymana, Kızılcahamam ve Afyon’dur. Bizanslılardan kalan merkezler ise; Yalova kaplıcaları, Bursa Armutlu ve Çorum Beke olarak sayılabilir. Romalılar döneminde çok önem verilen kaplıcalar Bizanslılar döneminde yıkıma terk edilmiştir. Selçuklu ve Osmanlı imparatorluğu döneminde ise yıkık durumdaki Roma kaplıcaları onarılarak yeni ek yapılarla büyütüldüğü bilinmektedir. Türklerin eski Roma kaplıcalarını onarıp kendi mimarilerini de ekleyerek yaptıkları kaplıcalar, dünyaca ünlü “Türk Hamamı” geleneğinin doğmasını sağlamıştır. 20. yüzyılda Avrupa’da tıp açısından üniversitelerde termal tedavi önemine başlandı ve ulusal kaplıca birlikleri ile Uluslararası “Termalizm ve Klimatizm Federasyonu” kurulmuştur (Anonymous, 2005-b).

2.3. Sağlık Sularla İlgili Bazı Tanımlar

Çeşitli hastalıklara deva olduğu inancı, dün olduğu kadar bugün de yaygın olan sağlık suları, daha iyi tanımlayabilmemiz için konuya ilişkin önemli deyimlerden

bir bölümünü kısaca tanımlayalım (İm ek, 2003:27). Mehmet İm ek'in " ifalı Sulara Yolculuk" isimli kitabında kaleme aldığı ifalı sularla ilgili çeşitli tanımlar, aşağıda, alt başlıklar halinde açıklanmaktadır.

2.3.1. ifalı Sular

Yer yüzeyinde topraktan kaynayan ve çeşitli hatalıkların tedavisinde yararlanılan, kaynak suları " *ifalı Sular*" olarak tanımlanır. ifalı sular, sıcaklık derecelerine göre banyo ve içme şeklinde kullanılır. Bunun yanı sıra, hem içme hem de banyo suretiyle yararlanılan ifalı sular da vardır.

2.3.2. Kaynarca

ifalı suların yeryüzüne çıktığı kaynağa, verilmiş addır.

2.3.3. Ilıca

Üzeri açık olan ve banyo yapmak üzere faydalanılan ifalı sıcak sulara "ılıca" denmektedir. Genellikle ifalı suyun toplanmasından veya bir gölcükten oluşur. Çoğunlukla kaynak yerinde tekkül eden havuzların tabanları aç veya ta dönmek ve ızkaralı bir şekilde sokulmak, çevrelerine alçacık duvarlar örülmek suretiyle kullanılır bir duruma getirilir.

2.3.4. Çermik

Ülkemizin birçok yerinde ılıcaya çermik adı verilmektedir. Bu deyim, üzeri açık ılıca anlamında kullanılmış, ifalı su kaplıca niteliğine dönüşten sonra da, halk dilinde aynı adla söylene gelmiştir.

2.3.5. Kaplıca

ifalı sulardan yararlanmak üzere, kaynarcaların çevresinde kurulan hamam ve tesisler, genel olarak kaplıca olarak adlandırılır.

2.3.6. Kaptaj

ifalı suların bir yerde toplanmasını sağlayan tesislerin tümüne "kaptaj" adı verilmektedir. Yeryüzüne çıkan ifalı suları, yerinde kullanmak kaplıca tedavisinin temel ilkesidir. Bu nedenle, kaynağın başka sularla karışmasını, gazların zayı olmasını, sıcaklıktan ve niteliğinden bir şeyler kaybolmasını önlemek amacıyla bazı önlemler alınır. Bütün bu çalışmalar kaptaj olarak adlandırılmaktadır. Kaptaj'dan amaç, ifalı suyun koruma altına alınarak, kaynaktan geldiği gibi kullanılmasını sağlamaktır.

2.3.7. Spa

Spa Latince "Salus Per Aquam" teriminin baş harflerinden oluşuyor. "Su ile gelen iyilik" anlamına gelen bu terim, Roma döneminden beri termal ya da deniz suyunun ayrıntılı olarak kullanıldığı vücut bakımı ve tedavileri için kullanılıyor.

2.3.8. Kür

Tedavi amaçlı olarak termal kaynaklar, deniz suyu ve iklim olanaklarından belirli kurallara uyularak yararlanma alanında bir terimdir. Sağlık turizmi, dört çeşit kürü kapsamaktadır (Ülker, 1994:33).

Bunlar;

- a) Çiğme kürleri,
- b) Kaplıca kürleri (Balneoterapi),
- c) Deniz kürleri (Talassoterapi),
- d) İklim kürleri (Klimaterapi)'dir.

çeme ve kaplıca kürleri genel anlamda termal kür olarak adlandırılırlar. Bunların tamamı jeotermal kaynaklardan çe itli yöntemlerle yeryüzüne çıkan suların küristlere sunumu ile gerçekleşir (Göyün, 2001:3).

2.3.9. Kürist

Termal kür merkezlerinde tedavi ve terapi amacıyla kür uygulaması yapan kişilerdir. Do anın insanlara bir sunusu olan termal kaynaklar, insanlık tarihi boyunca çe itli amaçlarla kullanılmıştır. Ayrıca insanlığın ilk çağlardan bu yana sağlık ve din etmenleri altında doğal kaynaklardan yararlanmış ve ifalı suları kullanmış, o devirlerden kalma eserlerden anılmaktadır (Göyün, 2001:3).

2.4. ifalı Suların Oluşum Biçimleri

ifalı suların tedavi alanındaki yararlarına inanmış olarak, kaplıca ve içmelere giden kişilerin çoğu, bu doğa harikalarının nasıl oluştuğuna dair sorulara cevap aramaktadırlar. Bu konuda inceleme yapan bilim adamları, ifalı suların oluşumunu iki ana kategoride toplamaktadırlar (Ekim, 2003:29).

Birinci kategoriye giren kaynaklar, yağmur, kar ve dolu biçiminde yağın suların, toprağın altına sızmasından ve derinlerde fiziksel ve kimyasal değişimlere uğramasından sonra ifalı su niteliğini kazanmasıyla oluşurlar. Buna göre, yer yüzüne inen sular, toprağa geçerek, derinlerde sert kayalara rastlayınca orada birikirler. Buldukları bir çatlak veya açtıkları bir kanaldan, yer altından uzun yollardan geçerken, tuzları ve madenleri de eriterek, doğal halde ılıca ve içme kimliğini kazanırlar.

İkinci kategoriye giren kaynaklar ise, yer kürenin daha derin bölgelerinde, yer yüzünden sızan sulardan ayrı olarak, kimyasal ve fiziksel yollarla oluşan ifalı kaynaklardır.

2.5. Kaplıca ve İçme Sularının Etkileri

Gerek içme gerekse banyo suretiyle alınan kaplıca sularının, vücudumuzda bir çok etkileri vardır. Radyoaktivite'nin zenginliği dolaşımı faaliyete geçirir. Adaleler kuvvet kazanır, çevik olur. Özellikle içme olarak alınan kaplıca suyu, mideye geçer, kanı sulandırır. Damarlarda dolaşarak en derin gözeneklere varıncaya kadar, vücudun her köşesini yıkar. Daha çok, romatizma, böbrek hastalıkları ve eker hastalığına neden olan kumların parçalanmasını sağlar, tortularını vb. zararlı maddeleri, bağırsak, mesane, idrar ve cilt yoluyla dışarı atar. Vücudun, nefes alma düzeyini artırır, tansiyonu düzenler, sinirleri yatıştırır ve hücreleri canlandırır (Ekim, 2003:36).

2.6. Termal Turizm Açısından Türkiye'deki Mevcut Durum

Önemli bir jeotermal kaynak üzerinde yer alan Türkiye, kaynak zenginliği ve potansiyeli açısından dünyada ilk yedi ülke arasına girmektedir. Sıcaklıkları 20°C - 110°C arasında, debileri ise 2 - 500 lt/sn arasında değişebilen 1000'in üzerinde kaynak bulunmaktadır. Bu kaynaklardan 200'ün üzerinde termal merkez oluşturulmuştur. Türkiye'nin Marmara ve Ege Bölgelerinde yoğunlaşan bu termal merkezlere İstanbul, İzmir, Pamukkale, Marmaris ve Fethiye gibi popüler destinasyonlardan kolaylıkla ulaşılabilmektedir. Eski Hieropolis şehri, dünden akan kaynak suyunun yamaçları göz kamaştıran beyaz kalkerli taşlardan yumuşak katmanlarla bezendirilerek muazzam dairevi havuzlar oluşturdu, Pamukkale'nin zengin maden suları mekânı üzerinde inşa edilmiştir. İzmir – Balçova termal kaynakları, Roma çağında sularının tedavi özelliği bilinen ve yararlanılan, Agamemnon Hamamları mekânı içinde yer almaktadır. Osmanlı Hanedanı'nın ilk başkenti Bursa, eskilerin Olimpos Dağı olarak bildiği Uludağ karısında kurulmuştur. Burada doğal termal Çekirge kaynakları, Osmanlıları, 1. Murat (1359-1389) döneminde daha önceki Roma ve Bizans hamam kompleksinin yer aldığı mekânda daha büyük kubbeli hamam kompleksi inşa etmeye özendirilmiştir. Ege kıyısında bulunan Çeşme, doğal termal kaynakları ve deniz sularının tedavi etkisi ile ünlüdür ve Marmara Denizi'nin güney sahilindeki yeşil ormanlar arasında, Yalova termal kaynakları çeşitli rahatsızlıkları

tedavi etti ine inanılan, maden bakımından zengin sulara sahiptir. Orta Anadolu Bölgesinde yer alan "Balıklı Kangal Termal Merkezi" ola anüstü nitelikte ve dünyada kendi türünde önde gelen bir termal merkezdir. Sivas ili Kangal ilçesine 13 km. mesafede yer alan bu merkez 36 derece sıcaklıktaki ifalı suları, bikarbonat, kalsiyum, magnezyum ve çe itli deri hastalıklarının tedavisinde hayati rol oynayan, 2 - 10 cm. uzunlu unda küçük balıklar barındırmaktadır. Bu ilde de erli sa lık kazandırıcı tedavileri ile ünlü Sıcak Çermik ve So uk Çermik isimli iki termal merkez daha bulunmaktadır. Termal tedavi alanında uluslararası standardını koruması ile ünlü di er bir termal kompleks Kütahya yakınında, Yoncalı'da yer almaktadır ve "TÜTAV Termal Tesisleri" adıyla ün yapmı tır. Ünlü Sandıklı (Afyon), Gönen (Balıkesir), Kestabol (Çanakkale), Ilgın (Konya), Kızılcahamam (Ankara), Haruniye (Adana), Ayder (Rize), Ladik (Samsun), Hasanapdal (Van) ve Billoris (Siirt) termal merkezleri, termal tesisleri ile ün yapmı ve tavsiye edilmektedirler (Anonymous, 2005-c).

Türkiye, Marmara ve Ege Bölgelerinde yo unla an termal merkezleriyle yerli ve yabancı turistlerin ilgisini çekiyor. Bu nedenle dünyada ve Türkiye'de özellikle kent ya amının sorunlarından kurtulmak, dinlenmek ve bazı hastalıkların tedavisi amacıyla yapılan tatil programlarına son zamanlarda termal turizmde eklenmesi ile yurdumuzdaki termal turizm olanakları ilgilenenlerle dolup ta ıyor. Ayrıca, bu merkezlerin Türk hamamı, çamur banyosu, bitki banyosu, cilt bakımı, masaj ve havuza yönelik aktiviteler içermesi de ba ka bir ilgi çekici yanıdır. 1300 dolayında termal kaynak bulunan Türkiye'de 2001 senesinin doluluk oranı ise yüzde 60'ları a maktadır. Mü teri portföylerinin büyük bir ço unlu unu yerli turistlerin olu turdu unu belirten sektörün önde gelen yetkilileri de, önümüzdeki sene yabancı turiste, yerli turiste nazaran daha çok yatırım yapmayı dü ünlemektedirler (Anonymous, 2005-d).

Güzelle mek ve daha sa lıklı olmak, stresten uzakla mak, bedeni ve aklı dinlendirmek için kaplıcaların kullanımı tüm dünyada oldu u gibi ülkemizde de artmaktadır. Türkiye'nin termal suları, hem debi ve sıcaklıkları, hem de çe itli fiziksel ve kimyasal özellikleri ile Avrupa'daki termal sulardan daha üstün nitelikler ta ımaktadır. Türkiye'de, Balçova dı ında 240 adet kaplıcadan yılda 7 Milyon ki i

birçok hastalığın tedavisi için, vücut güzelliği, rehabilitasyon ve dinlenme amaçlı olarak faydalanmaktadır (Durukal, 2001:27).

Türkiye’de bulunan bazı termal tesislerde, hem süre, hem de tedavi nedeniyle ekonomik faaliyet, yani gelir, diğer turizmin (deniz, kum, güneş) takriben iki misli daha büyük olmaktadır. Yani, yılda kişi başı ortalama 2000-2500 ABD Doları gelir almak mümkündür. Termal Turizm için ülkemize gelen kişiler 3’ncü yabancı grubundandır. Bu yabancı grubu, tedavi ve konaklama için yaptığı harcamaları sadece kendi sağlığı için yaptığından, bıraktığı döviz diğer turizm dallarında gelen turistlerin bıraktığı dövizden çok daha fazladır (Anonymous, 2005-a).

Türkiye erozyon nedeni ile bir taraftan topraklarını kaybederken; sadece bir bölgede, yeraltı servetinden günde 9 ton minerali de yok etmektedir (Durukal, 2001:29).

2.6.1. Türkiye’de Termal Turizmin Gelişimini Etkileyen Faktörler

Termal turizmi, turizmin çeşitlendirilmesi açısından geliştirilmesi gereken önemli bir turizm çeşitidir. Bütün bir yıl boyunca hizmet sunma olanakları için, diğer turizm çeşitleri ile kolayca entegre olabilmektedir. Termal turizmi, termal kaynakların ve kaplıcaların deniz kenarlarında, dağlık ve ormanlık bölgelerde, yani, ülkenin her bölgesinde bulunması sayesinde, deniz, iklim, kış sporları, av, golf, ören, üçüncü yabancı, kongre, ve diğer turizmi ile birlikte değerlendirilebilmektedir. Böylece, turizm mevsiminin tüm bir yıla kolayca yayılmasını sağlayan termal turizmi, Türkiye için önemli bir turizm çeşidi olmaktadır (Özbek, 1991:20). Ayrıca, geri kalmı yörelerin kalkınmasında önemli rol oynayacak potansiyele sahip termal turizm sayesinde yeni olanakları açılarak, emek-yoğun nitelikli büyük istihdam alanları yaratılabilmektedir (Kozak, 1992:11). Oysa, Türkiye’de termal turizmi bugüne kadar gerekli ilgiyi görmediği için, yeterince gelişmemiştir. Termal sular, modern anlamda uygun olmayan tesislerde bilinçsiz bir şekilde ve hamam uygulaması şeklinde kullanıldığı için, Türkiye, Avrupa ülkelerindeki tesis ve uygulamalarla karşılaştırıldığında, çok gerilerde kalmış bir ülke olarak görülmektedir (Özbek, 1991:22).

Günümüzde termal tesisleri işleten pek çok özel sektör ve kamu kuruluşu, termal turizmin ilke ve amaçlarını, modern alt yapı ve üst yapı tekniklerini, gelişmiş tıbbi ekipman ve uygulamaları, pazarlama ve işletmeciliği bilmediği için, yapılmış olan yatırımların ilke ve amaçlarından uzaklaşarak, zarar eden, alt ve üst yapı bakımından teknik olarak, tıbbi uygulamaya, planlamaya uymayan, temizlikten uzak, halk sağlığını tehdit eden işletmeler ekline dönüşmektedirler (Özbek, 1999:6). Bu tür tesislerin teknik özelliklerinin ve nasıl kullanılacaklarının mimarlar tarafından bilinmemesi sonucu, yanlış düzenlemeler ve teknik hatalar ortaya çıkmaktadır. Bu yanlışlıkların giderilmeye çalışılması, kurulacak olan tesisleri bir çıkmaza sokmakta ve yatırımdan beklenen kar, ekonomik olmayan sonuçlara dönüşmektedir (Çekirge, 1991:44).

Diğer taraftan, Türkiye’de termal turizm işletmelerinin büyük bir bölümü standartların çok gerisindedir. Termal turizm işletmelerinin çoğunun başına “termal” yazılması olmasına karşın, işletmede kür uygulamalarına yönelik basit teknik cihazların bile olmadığı bir gerçektir. Bu durum, termal turizm amacıyla gelen turistler adına oldukça üzücüdür. Oysa ki, termal kelimesi su kaynağı ile birlikte, gerekli teknik donanımın bulunmasıyla bir anlam taşımaktadır (Kuluhan, 1996:211).

Termal turizmin gelişimini etkileyen en önemli nedenlerden biri de tanıtım ve pazarlamanın yetersizliği dir. Termal turizmin tanıtılmasında izlenen yanlış politikalar, bu turizm çeşidinin diğer turizm çeşitleri kadar tanınmasını ve gelişmesini engellemiştir. Türk toplumu termal suların özelliklerini ve etkinliklerini, tedavi tekniklerini, kaplıcalardan yararlanma yollarını, yasaların tanıdığı imkanları bilmediğinden, yeterince tesislerden yararlanamamakta veya doktorsuz, sağlıklı aykırı kaplıcalarda, kendi kendine bilinçsiz bir şekilde tedavi olmaya çalışmaktadır (Özbek, 1991:23). Türkiye’de kaplıcaların %85’inde doktor yoktur (Özbek, 2000:248).

Uluslararası termal turizm pazarından istediği payı alamayan Türkiye’de, yıllardır sağlıklı ve kalıcı turizm politikaları oluşturulamadığından, termal turizmine olan talep Avrupa ülkelerinin çok altındadır. 1998–2000 yılları itibarıyla, turizm işletme belgeli termal tesislerde konaklayan kişi sayısı ve bunların ortalama kalış süreleri Tablo 1’deki gibidir.

Tablo 1: Turizm İletme Belgeli Termal Tesislere Gelen Turist Sayısı (1998-2000)

Yıllar	Konaklayan Ki i Sayısı			Ortalama Kalı Süresi (gün)		
	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam
1998	126.269	249.337	375.606	1,67	2,15	3,82
1999	20.072	133.615	153.687	3,60	2,39	5,99
2000	877	16.661	17.538	2,30	1,50	3,8

Kaynak: Konaklama istatistikleri Bülteni T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırımlar Genel Müdürlü ü Ara tırma ve De erlendirme Dairesi Ba kanlı ı.

1998–2000 yılları itibariyle turizm iletme belgeli termal tesislerde gerçekle tirilen geceleme sayısı ve tesislerin doluluk oranları Tablo 2’deki gibidir.

Tablo 2: Turizm İletme Belgeli Termal Tesislerde Geceleme Sayısı ve tesislerin doluluk oranı (1998-2000)

Yıllar	Geceleme Sayısı			Doluluk Oranı (%)		
	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam
1998	210.682	536.956	747.638	16.10	41.04	57.14
1999	72.317	319.457	391.774	8.08	35.70	43.78
2000	2.040	24.673	26.713	2.11	25.54	27.65

Kaynak: Konaklama istatistikleri Bülteni T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırımlar Genel Müdürlü ü Ara tırma ve De erlendirme Dairesi Ba kanlı ı.

1998–2000 yılları itibariyle belediye belgeli termal tesislerde konaklayan ki i sayısı ve bunların ortalama kalı süreleri Tablo 3’deki gibidir.

Tablo 3: Belediye Belgeli Termal Tesislere Gelen Turist Sayısı (1998-2000)

Yıllar	Konaklayan Ki i Sayısı			Ortalama Kalı Süresi (gün)		
	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam
1998	12.516	337.003	349.519	2	3	5
1999	14.901	756.662	771.563	9.5	3.1	12.6
2000	12.271	248.373	260.644	1.2	3.9	5.1

Kaynak: Konaklama istatistikleri Bülteni T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırımlar Genel Müdürlü ü Ara tırma ve De erlendirme Dairesi Ba kanlı ı.

1998–2000 yılları itibariyle belediye belgeli termal tesislerde gerçekle en geceleme sayısı ve tesislerin doluluk oranları Tablo 4’deki gibidir.

Tablo 4: Belediye Belgeli Termal Tesislerde Geceleme Sayısı ve tesislerin doluluk oranı (1998-2000)

Yıllar	Geceleme Sayısı			Doluluk Oranı (%)		
	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam
1998	25.145	970.220	995.365	1.6	60.6	62.2
1999	141.805	2.338.727	2.480.532	11.05	182.30	193.35
2000	17.522	907.654	925.176	0.70	42.49	43.19

Kaynak: Konaklama istatistikleri Bülteni T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırımlar Genel Müdürlüğü Araştırma ve Değerlendirme Dairesi Başkanlığı.

Geli mi ülkelerdeki kür merkezlerindeki tedavi ücretlerinin büyük bir bölümü sigorta kuruluşları tarafından karşılanmaktadır. Bu uygulama sayesinde, kür merkezlerine tüm yıl boyunca hasta sevki ve ödeme yapıldığından, tesislerin büyük miktardaki geliri bu kanaldan sağlanmakta ve tesislerin doluluk oranı yükselmektedir. Kamu ve diğer sigorta ödemelerinin, bu ülkedeki termal tesislerin yaygınlaşmasında ve gelişmesinde büyük önemi vardır. Fakat, Türkiye’de termal suların yararlanmak isteyen hastaların, mevcut yasa ve yönetmeliklerle kür merkezlerinden yararlanma imkanları son derece azdır (Özbek, 1991:24). Tedavi giderlerinin sigorta ve emekli sandığı gibi kuruluşlarca karşılanması için gerekli politikalar oluşturulmadığı için, Türkiye’de termal turizmde yeterli iç talep ve gelişme sağlanamamıştır.

2.6.2. Farklı Yorumlarla Türk Termal Turizmi

Batıda Türkiye’nin Turizm çekiciliğinin faktörlerinden biri de Türklerin yaşam özellikleri arasında mevcut tarihsel “su kültürünün” mevcudiyetidir (Durukal, 2001:31).

Ülkemiz termal kaynaklar açısından oldukça zengin ve çeşitli kaynaklara sahipken ve konusunda dünyada sayılı ülkeler arasında yer almaktayken, maalesef bu doğal kaynak ve zenginliklerimiz yeterli ölçüde değerlendirilmemektedir. Bu konuda bazı uzmanlar, kurumlar ve vakıflar tarafından çeşitli yorumlar yapılmakta, mevcut durum değerlendirilmekte ve neler yapılabileceği konusunda çeşitli fikirler öne sürülmektedir. Bunlardan bazıları diğer sayfalarda yer almaktadır.

Türkiye Sıcak Turizmi Derneği Başkanı Dr. Sinan İbişi, ülkede yüzlerce su kaynağının boşa akıp heba olduğunu belirterek, termal turizm politikasının bir an

önce hayata geçirilmesini istedi. Dr. Sinan bi , Türkiye'de sa lık turizmi sektörünün bilinçsiz ve dünya normlarından uzak ekilde geli im gösterdi ini vurgulayarak, "Bugün yeryüzüne çıkan yüzlerce su kayna ımız, maalesef bo a akıtılmaktadır. Milli de erlerimiz olan ve tüm insanlı ın hizmetine sunulması gereken bu sularımızın heba edilmesi, gerçekten ülkemiz adına son derece üzücü" dedi. Hiç vakit kaybetmeden termal turizmin canlandırılması gere ine i aret eden Dr. bi , özellikle bu konuda hükümete büyük sorumluluk dü tü ünü savundu. Dr. Sinan bi , Türkiye Sa lık Turizmi Derne i olarak, sa lık turizmi potansiyelinin geli iminde temel eksiklik olan bilgi düzeyinin arttırılmasını sa lamak üzere, geçen yıl 1. Uluslararası Sa lık Turizmi Kongresi'ni Uluda 'da gerçekle tirdiklerini hatırlatarak, "Türkiye'nin su kaynakları, iklim özellikleri ve do al beslenme avantajlarının de erlendirilmesi konusunda talyan ve Fransız akademisyenler ile Türk akademisyenler arasında bilgi transferi gerçekle tirildi, sektörün ve kamuoyunun bilgilendirilmesi sa landı. Kaynaklarımızı daha yakından tanıma fırsatı bulan yabancı akademisyenlerde Türkiye'de yatırım yapma fikri olu tu" diye konu tu. Avrupa normlarının üzerinde, verimlili i yüksek kür merkezi içeren bir termal otelin in a edeceklerini söyleyen Türkiye Sa lık Turizmi Derne i Başkanı Dr. Sinan bi , "Otelin hızla i letmeye açılması ile termal alanda bilimsel çalı malar yapaca ız. Böylece sektöre örnek te kil edecek bir eseri gerçekle tirmi olaca ız" dedi. Dr. bi ayrıca, merkezi Vatikan'da bulunan Termal Sanatlar Akademisi i birli iyle Türkiye'de kurs düzenleyeceklerini, böylece birçok profesyoneli, su kaynaklarının kullanımı konusunda e iteceklerini ve böylece sektöre yeni anlayı ların da gelece ini kaydetti (Anonymous, 2003).

HA muhabirinin derledi i bilgilere göre, Türkiye'de, ço u henüz i lenmemi 1.800'e yakın termal su kayna ı bulunuyor ve bunların sadece yüzde 6'sı kullanılabilir. Isıtma amacıyla termal sulardan faydalanma oranı ise %2'yi geçmiyor. Türkiye, termal turizmde 15 bini nitelikli olmak üzere toplam 40.000 yata a sahip. Yatak ve ısıtma kapasiteleri maksimuma ta ndı ı takdirde, yılda toplam 40 milyar dolar daha gelir elde edilebilece i dü ünülüyor. Kayıplar sadece bununla sınırlı de il. Bo a akıp giden termal sularla 1 milyon 600 bin konutu ısıtmak da mümkün. Bugün bu rakam ise sadece 50.000'dir (Anonymous, 2003).

2.6.3. Spa Turizminde Büyük Olanaklar

Sa lık nedeniyle 2003 yılının ilk altı ayında Türkiye'ye gelen ziyaretçi sayısında yüzde 100'e yakın bir artış olmu tur. Sa lık turizmi için çok sayıda do al kayna a sahip Türkiye'de, bu alanda hizmet verecek ça da tesis sayısı azdır. Türkiye'deki termal, Spa ve sa lık turizmi olanaklarına yabancı ziyaretçilerin ilgisi gün geçtikçe artmaktadır. Türkiye statistik Kurumu'nun (T K) yabancı ziyaretçi anketleri, ülkemize sa lık nedeni ile gelenlerin sayısında, 2003 yılının ilk altı ayında yüzde 100'e yakın artış oldu unu ortaya koymaktadır. Bu anketlere göre, ülkemize sa lık nedenleri ile geldi ini belirten yabancı ziyaretçi sayısı, 2003 yılının ilk yarısında 41 bin ki iye ula mı bulunmaktadır. T K'in 1998 ve 2001 anketlerinin sonuçları kar ıla tırıldı nda da, sa lık nedeni ile geldi ini beyan eden ziyaretçilerin sayısında yüzde 134 gibi yüksek bir artış görülmektedir. Türkiye'de sa lık turizminin ana eksenini termal turizm olsa da, dünyada termal turizm, Spa olarak adlandırılan daha geni bir turizm türünün bir parçası olarak kabul ediliyor ve ülkemizde de termal turizm haricindeki di er Spa aktiviteleri de hızla geli iyor. Ayrıca, ülkemize göz ameliyatları, di bakımı gibi sa lık ihtiyaçları nedeniyle geli lerde de bir artış trendi söz konusu. Geçen yıl yabancı ziyaretçilerin 45 bin ve vatanda ların da 34 bin geceleme yaptı ı zmir'deki Balçova Termal Tesislerinde, Norveç Sa lık Bakanlığı ı ile yaptı ı bir anlaşma ile bu ülkeden hasta kabul edilmektedir. Ülkemizde, son yıllarda birçok tesiste, deniz suyunun ısıtılması ile yapılan tedavi (talassoterapi) uygulamaları da ba latılmı bulunmaktadır (Anonymous, 2005-e).

2.6.4. Termal Suyun Denizle Birle tirilmesi

Deniz ile termal su tedavisi birle erek aile bütünlü ü sa lanmaktadır. Gençler ve ya lılar birlikte deniz turizmi ve termal turizm faaliyetlerine katılmaktadırlar. Türkiye, termal ile denizin bulu tu u nadir ülkelerdendir. Ülkemizde termal turizm ile denizin entegre olabilece i yerler olarak; Çe me, Ku adası, Bodrum, Köyce iz, Edremit, Dikili, Güre, Alia a vb. örnek verilebilir (Anonymous, 2005-a).

2.6.5. Spa Turizminde Kalı Süresi

Spa turizminde ortalama kalı süresi di er turizm türlerine göre daha uzundur. Almanya'daki Spalarda ortalama kalı lar 6, Fransa'da 17-18, Çek Cumhuriyeti ve Slovakya'da 18 gecedir. Ülkemize gelen yabancı ziyaretçilerin ortalama geceleme sayısının 4.1 oldu u ve ortalama yabancı ziyaretçi gelirimizin yakla ık 700 ABD doları oldu u dü ünüldü ünde, Spa için gelen yabancı ziyaretçilerin genel ortalamasının en az iki katına kadar çıkan bir harcamaya sahip oldu u söylenebilir. zmir Balçova Termal Tesislerinde yabancı ziyaretçilerin ortalama kalı sürelerinin 2002 yılında 28 gece olması bu dü ününeyi destekliyor. Fakat, burada unutulmaması gereken Spa kavramının, oldukça geni bir alanı kapsadı ıdır; bu terim turizm ile yanyana getirildi inde, en geni anlamda dü ünülmesi gerekti idir (Anonymous, 2005-e).

2.6.6. Türk Termal Turizmi için Yapılabilecekler

Türkiye'de kaplıca amaçlı olarak (+40°C) 50000 litre/saniye jeotermal su üretilmesi, muhtemel bir potansiyel de erdir. Bunun kar ılı ı da sınırsız termal yatak demektir. Bu da termal potansiyelimizden ve kaplıcalardan günde 8 milyon ki inin yararlanması anlamına gelir. Türkiye'de bu potansiyelin de erlendirilmesi, termal tesis için gerekli arsanın, valilik ve belediyeler tarafından temin edilip yatırımcıya kiralanması, yine, valilik ve belediyelerin, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın Finans Deste i ile, jeotermal su üretim kuyusu, da ıtımı, reenjeksiyonu ve benzeri sistemleri kurup i letmesi, ucuz ve uygun termal su temini sa layacaktır (Anonymous, 2005-a).

2.6.7. Zengin Spa Olanakları

Bir kaynak suyunun termal kaynak olarak de erlendirilebilmesi için su sıcaklı ının en az +20 derece olması gerekiyor. Zengin ve önemli bir jeotermal ku ak üzerinde bulunan Türkiye'de 1500 civarında termal ve ifalı içme suyu kayna ı vardır. Türkiye, aynı zamanda radyoaktivitesi en güçlü sulara da sahiptir (Ba bakanlık Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlü ü). Termal

kaynaklarımız arasında zengin ve güçlü debiye sahip 40 termal turizm kayna ı dahilinde yapılan bir ara tırma, Türkiye’de 400 bin yata ın üzerinde bir potansiyel oldu unu göstermektedir. Türkiye, bu potansiyeli realize etmeyi ba arırsa, yarataca ı bu modern Spa merkezlerinde yüzde 40 doluluk ile ortalama 10 gece konaklayan 5 milyon 840 bin Spa mü terisinden 8 milyar doların üzerinde bir gelir elde edebilecektir (Bu hesaplamada ziyaretçi ba ına ortalama 1400 ABD doları baz olarak alınmı tır). Ku kusuz, bu rakamların gerçekte mesi, çok kaliteli bir alt ve üst yapı geli imi ile iyi bir tanıtım ve pazarlama çalı masına ba lıdır (Anonymous, 2005-e).

2.6.8. Türk Termal Turizmde Hedefler

Türkiye’nin 2020 yılında kaplıca yata ının kapasitesini 1 milyon yata a çıkarması mümkündür. u anda bu rakam yakla ık 40 000’dir. Ayrıca yine, 2020 yılında u anda yılda 10 000 ki i civarında olan yabancı termal turist (Avrupa Birli ine girilmesi durumunda) sayısının 1 Milyon’a çıkarılması rahatlıkla gerçekte ebilir. Günümüzde 7 milyon ki i olan iç turist sayısının 30 milyona çıkarılması hedeflenmelidir. Yani, Termal Turizmde hedef 1 Milyon yabancı ve 30 Milyon yerli turist olmalıdır. Bu hedeflere (yerli turist 400 USD/ki i * 30 Milyon = 12 Milyar USD, yabancı turist 2000 USD/ki i * 1 Milyon = 2 Milyar USD) (Termal tedavi süresi 15 gün olarak alınmı tır) ula ılması durumunda, termal turizm sektörü ölkemize yılda 14 milyar dolar ek ekonomik faaliyet sa lamı olacaktır (Anonymous, 2005-a).

2.6.9. Türk Termal Turizmde Kapasite

Türkiye’de termal merkezlerde yurtdı ndan gelen yabancı ziyaretçilere hizmet verebilecek nitelikte en az bir termal havuzu bulunan 19 bine yakın, Kültür ve Turizm Bakanlı ı ile belediye belgeli yatak kapasitesi mevcuttur. Bu kapasitenin 8 bin 600’ü 5 ve 4 yıldızlı tesislerden olmaktadır. Fakat, bu alandaki pek çok uzmanın sözlerine bakılırsa, bu termal kapasitenin pek azı geli mi ö lke pazarlarına hitap edebilecek gerçek birer Spa resortu niteliindedir. Ayrıca, termal havuzu

bulunmasa da çok ciddi Spa aktivitelerinin bulunduğu 7 bin 212 yataklı bir ek kapasitemiz de mevcuttur (Anonymous, 2005-e).

2.6.10. Yasal Mevzuat

1993 yılında yürürlüğe giren Turizm Yatırım ve İşletmeleri Nitelikleri Yönetmeliği ile Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan sağlık ve termal tesis belgesi almış tesislerin, standartları belirlenmiştir. Fakat, 2002 yılı sonu itibarıyla bu yönetmeliğe uygun olarak Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan işletme belgesi almış bir tesisimiz bulunmamaktaydı. 2001 yılında çıkarılan Kaplıcalar Yönetmeliği de, kaplıcalarda verilen hizmet türlerini tanımlıyor ve buralarda kurulacak tesislerin nitelik ve niceliklerini belirliyordu. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın turizm yatırımlarını teşvik amacıyla ilan ettiği turizm merkezlerinden 17 tanesi termal turizm merkezi statüsünde yer almaktadır (Anonymous, 2005-e).

2.7. Termal Turizm Açısından Dünya'daki Mevcut Durum

Termal Turizmin Türkiye'deki mevcut durumun irdelendikten sonra, araştırmamızın bu bölümünde ise termal turizm açısından Dünya'daki mevcut durum incelenmektedir.

Günümüzde, dünyada termal turizm amaçlı olarak Almanya ve Macaristan'da 10 Milyon kişi, Rusya'da 8 Milyon kişi, Fransa'da yaklaşık 700 Bin, İsviçre'de 800 Bin ve İspanya'da 400 Bin kişi termal tedavi amaçlı olarak bu işletmelere gitmektedir. 126 Milyon nüfuslu Japonya'nın, sadece Beppu şehrine 12-13 Milyon kişi termalizm amaçlı olarak gelmektedir. Japonya'da 1500 adet kaplıcada 100 milyon kişi termal turizm yapmaktadır. Beppu'da 1000 litre/saniye jeotermal su termalizm için kullanılmaktadır. Amerika'da yaklaşık 10.000 yıldır kullanılan, Kızılderili kültüründen gelen termalizm için 210 adet kaplıca vardır. Bu kaplıcalardan yılda 4,5 Milyon kişi yararlanmaktadır (Anonymous, 2005-a).

2.7.1. Termal Turizmin Avrupa'daki Durumu

Avrupa'da, özellikle sa lık turizmi kapsamında termal tesislere talep çok yüksektir. Almanya, sviçre ve talya'daki termal tesisler, özellikle kuzey Avrupa ülkelerinden turist akınına u ramaktadır. Yugoslavya'nın sava la bölünmesi sonucu termal turizm Türkiye'ye yönelmi tir. Kütahya bölgesinin bu yeni imkandan yararlanması büyük önem ta ımaktadır (<http://www.kutso.org.tr/bilgihiz/termal.doc>).

Avrupa'da termal turizm için standartlar, Uluslararası Termalizm ve Klimatizm Federasyonu tarafından belirlenmektedir. Avrupa Birli i standartlarına göre bir termal turizm i letmesinin üç temel ünitesinin olması gerekmektedir (Anonymous, 2005-b).

a) Termal Kür Merkezi

Tesis, i letme belgesinin gerektirdi i standartlara ve tedaviye yönelik gelen hastaya hizmet sunacak özellikler ta ımalıdır. Tesislerde fiziksel geli meyi kolayla tırıcı teçhizat ve sistemler bulunmalıdır.

b) Termal Tedavi Merkezi

Hastaların te hisi ve termal suların etkilerinden yararlanarak uzman doktor ve ekipman yardımıyla tedavilerin yapıldı ı kısımdır. Tedavi üniteleri arasında uygun geçi ler bulunmalıdır. Termal tedavi ünitesi, fizik tedavi birimleri ile termal tedavi birimlerinden olu ur. "Balneoterapi" birimi içerisinde genel yüzme havuzu, tedavi havuzu, özel tedavi banyosu, buhar banyosu, gaz banyosu, içme kürü, sauna ve Türk hamamı olmalıdır.

c) Rekreasyon Ünitesi

Termal tesislere gelen turistlerin, kür uygulaması dı ında kalan bo zamanlarını de erlendirebilecek uygulamalar içeren ünitelerdir. Açık-kapalı sahalar, do al ortam yada ye il bölgede yürüme imkanları, konser salonları, gazinolar ve alı - veri merkezleri gibi ünitelerden olu ur. Termal turizmde genel olarak uzun süreli

konaklamalar söz konusudur. Bu bakımdan, termal merkezlerde rekreasyon üniteleri özel önem taşımaktadır.

2.7.2. Uluslararası Spa Birliği (ISPA)

Uluslararası Spa Birliği'nin (Ispa), dünya çapındaki 1200 üyesi arasında yaptığı araştırmaya göre 1-5 milyon dolar aralığında cirosu olan Spa merkezlerinin yaptığı satışları 1998 yılında yüzde 41 ve 1999 yılında yüzde 47 oranında arttırmıştır. 5-10 milyon dolar arasında ciro yapan Spa'ların cirosu ise 1998'de yüzde 18, 1999'da yüzde 27 oranında yükselmiştir. Ispa araştırmasına göre; erkekler Spa ziyaretçileri arasında üçte birlik bir kitleyi temsil ederken, 31-54 yaş grubu Spa ziyaretçilerinin yarısını oluşturmaktadır. Buna karşın, 20-30 yaş grubunun payı da son yıllarda artmaktadır. Ispa üyelerinin yüzde 71'i, bünyelerine yeni vücut bakımı ve kür aktivitelerini katmayı planladıklarını belirtmişlerdir. Ispa üyeleri, çocukların gittikçe yükselen bir Spa müşteri kitlesi olduklarının da altını çizmektedirler. Erkekler daha çok masaj ve cilt bakımı arayışındadırlar (Anonymous, 2005-e).

2.7.3. Büyük Spa Destinasyonları

Almanya'da 2001 yılında Spaları ziyaret eden 17 milyona yakın ziyaretçi 105 milyon geceleme yapmıştır. İngiltere, Avusturya ve Fransa; Almanya'nın arkasından sıralamadaki 2., 3. ve 4. ülkeleri oluşturmaktadırlar. Spa sayısı bakımından İtalya 300 Spa ile Avrupa'nın lideri, Almanya 260, İspanya 128 Spa ile 2. ve 3. sırayı alırken, 100 Spa ile Türkiye 4. sırada bulunmaktadır (Avrupa Spa Birliği, European Spas Association). ABD'de de Spa endüstrisinin hızla yükseldiğini görebilmek için 1999 yılı hasılatı ile 2001 yılı hasılatını karşılaştırmak yeterlidir. Bu üç yıl içinde Spa'ların toplam cirosu 5 milyar dolardan 10.7 milyar dolara artmıştır. ABD'de 2000 rakamlarıyla 9 bin 632 Spa bölgesi bulunmaktadır. Bu Spa'larda istihdam edilen kişi sayısı 282 bin kişidir (Anonymous, 2005-e).

2.7.4. Bir Kar ıla tırma (Türkiye – Almanya)

Çe itli kurulu lar tarafından yapılan ara tırmalara göre ÷lkemizde 1000 dolayında sıcak ve so uk su kaplıcaları bulunmaktadır. ÷lkede geni bir da ılım gösteren bu kaynaklar genellikle do al çıkı lı, eriyik mineral de erleri yüksek, fiziksel ve kimyasal bile imleri uygun ve suyu bol kaynaklardır. Almanya ile kıyaslandı nda, Türkiye'deki kaplıca alanlarının su verimlili i, radyoaktiflik de erleri, eriyik maden de eri, insan sa lı na uygunluk ve iklim ko ulları yönünden daha üstün özelliklere sahiptir. Türkiye'de önemli bulunan 30 adet termal kaynakta, yakla ık 356,000 banyo/gün/ki i kapasite imkanı bulunmaktadır. 1993 rakamlarına göre Almanya'da 256 kaplıca 600,000 termal yatak kapasitesi, Fransa'da 104 kaplıca ve 240,000 termal yatak kapasitesi, talya'da 200 kaplıca ve 123,000 termal yatak kapasitesi bulunurken, ÷lkemizde termal yatak kapasitesinin 8,000 oldu u bilinmektedir (Anonymous, 2005-e).

2.8. Termal Turizmin nsan Sa lı ı Üzerine Etkileri

Uluslararası Kaplıca Birli i (FITEC)' kabullerine göre; maden sularının ve çamur banyolarının olumlu etki yaptı ı ba lıca hastalıklar a a ıda yer almaktadır. Maden sularının (kaplıca sularının) belirli hastalıklar için yapmı oldukları etkiye olumlu etki "Indication" denir. Kaplıca sularının a a ıdaki hastalıklarda tedavi amaçlı olarak kullanıldı ı bilinmektedir (÷lker,1994:41).

- a) Romatizmal hastalıklar
- b) Deri hastalıkları
- c) Kalp ve kan dola ımı hastalıkları
- d) Kadın hastalıkları
- e) Metabolizma hastalıkları
- f) Mide ve ba ırsak rahatsızlıkları
- g) Böbrek ve idrar yolu hastalıkları
- h) Ameliyat sonrası rahatsızlıklar
- ı) Eklem ve kireçlenme rahatsızlıkları

- i) Göz hastalıkları
- j) Karaciğer ve safra kesesi hastalıkları
- k) Sinir ve kas yorgunluğu, bünyesel yorgunluk
- l) Sinir hastalıkları
- m) Solunum yolu rahatsızlıkları

Doktor kontrolü sonrası hastada belirlenen rahatsızlığa göre termal suyun bilemi hangi rahatsızlık için etkili ise, öneriler doğrultusunda hasta yönlendirilmektedir. Termal faaliyetler, romatizmal, solunum, sinir, dolaşım sistemi hastalıkları, cilt hastalıkları, metabolik rahatsızlıklar, yaşlılık ve meslek hastalıkları üzerine pozitif etkilidir. Fakat, iltihaplı hastalıklara, kötü huylu hastalıklara (kanser vs.), tüberküloz ve organ yetmezliği rahatsızlığı olan hastalara negatif etkilidir. Bu tür hastalıklara sıcak etkisi oldukça olumsuzdur. Hastaların tedavisinde, termal tesislerde kür tedavisi alma önerisi konunun uzmanı hekimlerce verilmektedir. Türkiye’de kaplıca tedavisi görmekte olan hastaların sadece %40 kadarı doktor tavsiyesi ile uygun merkezlerde kür almaktadır (Göyün, 2001:9).

2.9. Termal Turizm İletmelerinin Özellikleri

Termal turizm işletmeleri yapı, işletme, pazarlama, personel ve tesis alanı yönünden diğer konaklama işletmelerinden farklı özellikler gösterirler. Buna göre; termal turizm işletmelerini diğer turizm işletmelerinden farklı kılan özellikler şöyle sıralanabilir (Kozak, 1992:34):

a) Termal turizm işletmelerinin en önemli özelliği, hizmet biriminin termal su üzerine kurulmuş olmasıdır.

b) Termal turizm işletmelerinin kür merkezinde bir tür klinik hizmet veriliyor olması, onu diğer konaklama işletmelerinden ayıran diğer bir özelliktir. Sonuçta bu durum, termal turizm işletmelerinin, planlanması, örgütlenmesi, organizasyonu ve denetimi gibi konularda farklı düzenlemelere gidilmesini gerektirmektedir.

c) Konaklama tesisi, kür merkezi ve rekreasyon alanından oluşan termal turizm işletmesi, yıl boyunca turizm hizmeti verdiğinden, yatırımı kısa sürede geri ödeyebilen, ekonomik ve dolayısıyla cazip yatırımlardır. Standartlara uygun olarak düzenlenip işletilen bir termal turizm işletmesinin geliri , diğer turizm işletmelerinin gelirlerinden birkaç kat daha fazla olabilmektedir.

d) Termal turizm işletmelerinin müşteri profili diğer konaklama işletmelerinden farklıdır. Bu tür işletmelerinde hasta insanlar ile sağlıklı insanlar bir arada konaklamaktadırlar. Bu nedenle, bu tesislerin iki grubun ihtiyaçlarına da cevap verecek şekilde düzenlemelerinin yapılması, alt ve üst yapılarının buna uygun olması ve personelin bu amaca göre yetiştirilmesi gerekmektedir. Örneğin; bir musluk ya da silindirik bir kapı kolunun kullanımı, ya lı ve ellerinde ve parmaklarında tutma, kavrama sorunu olan biri için can sıkıcı derecede zorluklar çıkarabilmektedir. Bu sorunları ortadan kaldırmak için işletme, deneysel ve bilimsel olarak ortaya çıkmış veriler kullanarak bazı düzenlemeler yapmalıdır. Yine aynı şekilde, termal oteldeki mekanların, işletme bölümlerinin ve işletmede kullanılan ekipmanın, tekerlekli sandalye kullanan bir engellinin bakımına yardımına gerek duymadan kullanılabilecek şekilde düzenlenmesi gerekmektedir.

e) Termal turizm işletmeleri, diğer konaklama işletmelerine göre daha uzun konaklamaların yapıldığı işletmelerdir. Termal tesislerde konaklamalar 1,5 aya kadar çıkabilmektedir. Konaklama süresinin bu kadar uzun olması, personel ile müşteriler arasında derinlikli ilişkiler (yakınlaşma, çatışma vs.) neden olabilmektedir. İşletmeye de zarar verme olasılığı olan böyle gelişmelere meydan verilmemesi için personeli denetimi konusu üzerinde durulması gereken bir konudur.

f) Termal turizm işletmelerinde gerekli tedavilerin yapılabilmesi ve istenilen sonuçların alınabilmesi, kısaca başarıya ulaşılması için

çalı anlara gerekli önemin gösterilmesi gerekmektedir. Bir termal turizm i letmesinin temel hizmet birimi kür merkezi oldu u için buralarda çalı an personele gereken maddi ve manevi önem verilmeli, personelin hem turizm hem de termal konularda bilgi sahibi olmasına özen gösterilmeli ve personel devir hızı mümkün oldu unca dü ük tutulmaya çalı ılmalıdır.

g) Termal turizm i letmeleri önemli oranda uzman personel çalı tırmak zorunda olan i letmelerdir. Çünkü bu i letmelerde konaklayan insanların büyük ço unlu u sa lı ı bozuk insanlardır. Bunların birçok bedensel sorunları ve benzeri rahatsızlıkları oldu u için ilgiye ve yardıma ihtiyaçları vardır. Mü terilerin bu farklı özelli i de personelin deneyimli olmasını gerektirmektedir.

h) Termal turizm i letmeleri do rudan insan sa lı ı ile ilgili oldu u için bu tesislerde temizlik kurallarına çok dikkat edilmelidir. Çünkü bu tesislerde konaklayan insanların büyük bir bölümü sa lık sorunları olan insanlardır ve mikroplara kar ı dirençleri azdır.

i) Kür amacıyla termal turizm i letmesine gelen küristler, 2 – 3 saati geçmeyen kür uygulamalarının dı nda kalan zamanı de erlendirmek isteyeceklerdir. Bu nedenle, termal turizm i letmeleri mü terilerinin yalnız tedaviyi de il, aynı zamanda e lenmeyi ve dinlenmeyi de talep edeceklerini göz önüne alarak, onların bo zamanlarını doldurmaya dönük, gerekli alt ve üst yapıyı olu turmaları gerekmektedir.

j) Termal turizm i letmelerinde, tedavi içerisinde diyet uygulamaları da önemlidir. Bu nedenle termal turizm i letmesinde mutfaklar bu ko ullara göre organize edilmeli ve i letme bünyesinde mutlaka diyet uzmanı istihdam edilmelidir.

2.10. Termal Turizm i letmelerinin Mü teri Özellikleri

Termal mü teri, termal turizm i letmesi veya yakın çevresinde konaklayarak, termal turizm i letmesinden ya da termal tedavi merkezinde tedavi, sa lı ı koruma, dinlenme, rahatlama ve bo zamanlarını de erlendirme, kısaca sa lık ve rekreasyonel amaçlı faydalanan ki idir (Aslıhak, 1998:25). Bunlar termal turist, yada kürist diye adlandırılırlar. Sa lıklarına yeniden kavu mak veya bedensel rahatsızlıklarını tedavi ettirmek amacıyla termal turizm i letmesine gelen insanlar, a ır hastalar – hafif hastalar, yürüyemeyen hastalar – yürüyebilen hastalar, ya lı hastalar – genç hastalar... gibi bazı alt ba lıklara ayrılmaktadır (Kozak, 1992:35). Di er taraftan, termal mü terileri i letmede kalı süreleri, kullanım amaçları ve uyruklarına göre u ekinde sınıflandırmak mümkündür (Aslıhak, 1998:26):

a) Turist (yerli – yabancı)

- *Transit Turist
- *Kısa Süre Konaklayan Turist
- *Uzun Süre Konaklayan Turist

b) Kürist (yerli – yabancı)

- *Konaklayan (istasyon) Kürist
- *Gezici (ambulant) Kürist

c) Günübirlükçi (yerli – yabancı)

- *Kür Yapan Günübirlükçi
- *Serbest Günübirlükçi

Aynı zamanda, termal turizm i letmesine gelen hastaları, evden gelenler, hastaneden gelenler ve rehabilitasyon için gelenler ekinde bir ayırıma da tabi tutulabilmektedir. Termal turizm i letmesine yalnızca sa lı ı bozulmu ve tedavi olmak amacıyla de il, sa lı ını korumak amacıyla da insanlar gelmektedir. Bu ki iler herhangi bir ruhsal ve bedensel rahatsızlıkları yoktur. Bu insanların amacı tatillerini kür merkezlerinde geçirerek hem sa lıklarını korumak, hem de dinlenmektir (Kozak, 1992:35).

BÖLÜM III

KIZILCAHAMAM'IN TERMAL TURİZM POTANSİYELİ

Türkiye'nin termal suları, hem debi ve sıcaklıkları, hem de çeşitli fiziksel ve kimyasal özellikleri ile Avrupa'daki termal sulardan daha üstün nitelikler taşımaktadır. Türkiye'de bulunan bazı termal tesislerde, hem süre hem de tedavi nedeniyle ekonomik faaliyet, yani gelir, diğer turizmin (deniz, kum, güneş) takriben iki misli daha büyük olmaktadır. Termal Turizm için ülkemize gelen kişiler 3'ncü yabancı grubundandır. Bu yabancı grubu, tedavi ve konaklama için yaptığı harcamaları sadece kendileri için yaptıklarından, bıraktıkları döviz diğer turizm dallarında gelen turistlerin bıraktıkları dövizden çok daha fazladır (Anonymous, 2005-a).

Kızılcahamam ilçesi, ülkemizin sahip olduğu en son derece değerli, nitelik ve rezerv açısından da oldukça zengin, önemli bir termal merkezdir. Termal turizm yatırımı açısından oldukça uygun olan bu merkez, maalesef ülkemizde termal kaynakların yeterince değerlendirilmemesi yüzünden uzun yıllar kapasitesinin çok altında kullanılmakla beraber, son yıllarda gerek izlenen olumlu politikalar, gerekse gerçekleştirilen yatırımlar sayesinde hakkettiği yere gelme konusunda oldukça önemli gelişmeler kaydetmiştir. Araştırmanın bu bölümünde, Kızılcahamam ilçesi genel özellikleri ve termal turizm potansiyeli açısından incelenmektedir.

3.1. Kızılcahamam'ın Kısa Tarihçesi

Kızılcahamam İlçesinin kurulu tarihi ile ilgili olarak elde yeterli bilgi bulunmamaktadır. Fakat, ilk bilinen ilçe merkezi bugünkü Demirciören köyü yerle im yeri olup, kayıtlarda Yabanabat olarak geçmektedir. Yörede bulunan Hitit devri kalıntıları göz önünde tutulursa, bölgenin yerle im yeri olarak tarihinin M.Ö.' ki dönemlere dayandı ı anla ılmaktadır. M.Ö.12. y.y.' larda Friglerin Yabanabat'ı Kuzeyden Güneye bölen Kirmir Çayı boylarına yerle tikleri sanılmaktadır. Daha sonra Yabanabat yerle im yerinin Roma mparatorlu unun eline geçti i, bugünkü Güvem ile Çeltikçi bucakları dolayındaki Roma kalıntılarından anla ılmaktadır. 1071 Malazgirt zaferi ile Türklerin Anadolu'ya yayılmaya ba laması dolayısıyla Yabanabat'ın da bu tarihi müteakip Selçuklu mparatorlu una geçti i bilinmektedir. İlçe merkezi 1880 yılında Pazar Buca na nakledilmi , 1915 yılında ise yol güzergahı olması gözetilerek bugünkü Kızılcahamam yöresine ta nınmıştır. Kızılcahamam İlçesinde Türklerin Anadolu'ya yerle mesinden sonra Türk O uz boylarının yöre köylerinde yerle ip ya adıkları, O uz boylarından bazılarının isimleri ile köy kurdukları görülmektedir. Halen mevcut bulunan Kızık, Kınık ve mir köylerinin isimleri buna örnektir. Kızılcahamam isminin yöre topra mının rengi ile yörede bulunan ifalı kaplıcalarından esinlenerek halk dilinde kullanılmaya ba landı ı ve bu ekilde benimsendi i sanılmaktadır (Anonymous, 2005-f).

3.2. Co rafi Konumu

Kızılcahamam ilçesi do udan Çubuk, batıdan Çamlıdere ve Güdül, kuzeyden Çankırı'nın Çerke ve Bolu'nun Gerede ilçesi ile güneyden Aya ve Kazan ilçeleriyle çevrilidir. Kızılcahamam İlçesi 1.711 kilometrekarelik alan üzerine kurulmu olup, merkezinin rakımı 975 metredir. Kızılcahamam'ın kurulmu oldu u, batıda ki Aluç Da ı ile kuzeydeki Beykaya Da ı'nın te kil etti i dar ve düz vadi,, kuzey-güney yönünde uzanan Kirmir Çayı vadisinin batı kolunu olu turmakta ve do udan batıya do ru yükselmektedir.107 köyü ve bir beldesi olan ilçenin 2000 yılı sayımına göre nüfusu 33.623'dür. Bu nüfusun 16.195'i ilçe merkezinde, 17.428'i köylerde ya amaktadır. Kızılcahamam İlçesinde karasal iklim hüküm sürmesine

kar ın, yapılan barajlar ve Karadeniz'e yakınlı ından dolayı Batı Karadeniz iklimi özellikleri de görülmektedir. Ya murlar İkbaharda yo un olmakla beraber, Ormanlık alanın fazla olmasından dolayı yıl itibari ile ya ı lı günler daha fazladır. Ankara- stanbul yolu üzerinde bulunan Kızılcahamam volkanik karakterli bir alanda geni ormanlıklarla kaplıdır. Kızılcahamam İçesi'nin tamamı da larla çevrilidir. Ba lıca da lar unlardır; Batıda Aluç, kuzeyde Beykaya, do uda Yıldırım(Harami tepesi 2035 m), Kavaklı(1838m.), kuzeyde I ık (2005 m) da larıdır. Kızılcahamam İçesinde tarıma elveri li ovalar yoktur. Arazi engebeli ve kıraçtır. Ancak küçük derelerin kenarlarında bulunan yerler sulanabilir niteliktedir. Kızılcahamam'ın en elveri li toprakları çok dar olan Kirmir Çayı Vadisi boyunca uzanıp, genellikle çeltik yeti tirilir (Anonymous, 2005-f).

3.3. Jeolojik Yapısı

Batıda Aluç Da ı ve kuzeyde Beykaya Da ları'nın arasındaki Kirmir Vadisi'nde volkanik yer altı sularının yo un oldu u, 4. Jeolojik zamandan kalma bir bölgede bulunan ilçe, farklı bölgelerinde , farklı toprak renklerine (kırmızı, sarı, kahverengi, beyaz ve kur uni) sahiptir. Kirmir Çayı Vadisi ve ünlü yer altı suları 4. Jeolojik zamandan, etrafını çevreleyen da lardan Aya , Balaban ve Mire Da ları ise 2. Jeolojik zamandan kalmadır (Eker, 2001:50).

3.4. klimi ve Bitki Örtüsü

İçede Ankara ve çevresinin de içinde bulundu u tipik ç Anadolu karasal ikliminin karakteristik özellikleri gözlenmektedir. Yazları kurak ve sıcak, kı ları ise so uk ve ya ı lı geçmektedir. Aylara ve yıllara göre bazı ola an üstü ko ullar görülmekle beraber, ortalamalar genel görü ü destekler niteliktedir (Göyün, 2001:55).

İçede genelde karasal iklim hakim olmakla beraber, ilçe Batı Karadeniz ve ç Anadolu gibi iki farklı co rafi bölge sınırında yer aldı ından, iki bölgenin kesi me noktası olan Kargasekmez Da ı'nın kuzeyinde Batı Karadeniz iklimi, güney

kısımlarında ise  Anadolu’da hakim olan kara iklimi özellikleri görülür (Eker, 2001:55).

Kızılcahamam ilçesinin bitki örtüsü orman olup, Kızılcahamam da bulunan a a türleri Sarıçam, Karaçam, Kknar, ve Me edir. Ormanlık alanın %65’ini Sarıçam, %24’n Karaçam, %6’sını Kknar ve %5’ini de Me e olu turmaktadır. Kızılcahamam’ın bitki örtüsü orman olması ve orman sahası içinde de So uksu Milli Parkı’nın bulunması, Kızılcahamam’ı oksijen deposu haline getirmi tir (Anonymous, 2004-c).

Karadeniz ve kısmen  Anadolu Bölgesi bitki örtüsü özelliklerini gösteren ilçede; Kavaklı Da ı’ndan I ık Da ı’na, Yıldırım Da ları’ndan Alu Da ı’na, ilçe merkezi ve So uksu Milli Parkı’ da dahil olmak üzere geni ve zengin bir ormanlık alan mevcuttur (Eker, 2001:57).

3.5. Ekonomik Yapısı

ilçenin eski tarihinden buyana en önemli ekonomik faaliyetleri tarımdır. Daha sonraları teknolojik ve sosyal geli meler ilçenin ekonomik yapısını da geli tirmi tir. Tarım varlı mını sürdürmekle beraber, sanayi, ticaret, enerji vb. gibi ekonomik faaliyetler açısından da ilçede önemli geli meler ya anmı tur. Geli en ekonomik ko ullar ticari faaliyetleri arttırmı ve buna ba lı olarak ilçede esnaf kurulu ları ve ticari kooperatifler kurulmu tur. Ayrıca, her gün hızla geli mekte olan termal turizm ilçenin en önemli gelir kayna ı durumuna gelmi tir (Eker, 2001:347).

3.6. İlçe Turizmine Genel Bir Bakı

ilçe kuruldu u yıllarda sadece ilkel bir kaplıca ve yanında konaklama tesisi olarak hanların bulundu u Kızılcahamam’da daha sonraki yıllarda birkaç han daha yapılmı tur. 1950’den itibaren ilçede bugünkü anlamıyla oteller yapılmaya ba lanmı tur. Bu otellerin ilkleri Kızılcahamam Palas, İstanbul Palas, Zevk Palas, iek Palas, Bahar Oteli, Modern Palas, Genç Palas, zbek Oteli ve Turist Oteli’ dir. Bugün bu tesislerden sadece bir tanesi halen otel olarak faaliyet gösterirken, di er bir tanesi pansiyon olarak i letilmekte ve di erleri ise yıkılmı ve yerine apartmanlar

yapılmıştır. İlçe, bugün, konaklama tesisi sayısını bakımından 1950'li yılların altındadır. Volkanik bir alanda olan Kızılcahamam, içme suları, ifalı kaplıca ve maden suları, Soğuksu Milli Parkı, Yıldırım Ormanları ve Alicin Deresi ile tabii güzelliklere sahip olduğu gibi, Taşlıca Oruç Gazi ve Kırgız Ebe türbeleri, Turasan köyü türbesi, Pazar Selçuklu Camii ve Çeltikçi'deki Selçuklu Çeşmesi gibi Türk İslam Motifleri yanında, Başköy Kalesi, Asar Kalesi, Mahkeme Asar Kilisesi gibi Roma dönemi kalıntıları ile çok yönlü bir turizm potansiyeline sahiptir. İlçenin turizm çeşitliliği açısından potansiyeli aşağıda alt başlıklar altında açıklanmaktadır (Eker, 2001:298).

3.6.1. Kır Turizmi

Bilindiği üzere kır turizminde amaç, dinlenme, spor ve av yapmak, gürültü ve kalabalıktan uzaklaşmak, sessiz ve temiz bir ortamda iyi vakit geçirerek sağlam bir ruh yapısıyla çalışmaya geri dönmektir. Bu gibi faaliyetler açısından uygun mekanlara sahip olan ilçede, Soğuksu Milli Parkı, Güvem Karagöl mevki ve bunların yanında Yıldırım, Işık, Karakiri, Hıdır Dağları ve bunların üzerindeki Benli Salın, Üyücek ve diğer yaylalar ile Yıldırım Dağları üzerindeki Zindan denilen koyu orman alanı tabii güzellikler açısından görülmeye değer yerler olup, kır turizmi açısından mükemmel bir potansiyele sahiptir. Ayrıca, Kurtbozazı, Bayındır, Eyrekkaya ve Akyer Barajları ile Üçbaşı, Kurumcu, Karacaören, Kırköy, Pazar, Çeşme tepesi göletleri de tabii ortama ayrı bir renk katmakta, çevrelerinin korunmaması ve gerekli tesislerin yapılmamasına rağmen piknik alanı olarak yoğun bir biçimde kullanılmaktadır.

3.6.2. Av Turizmi

İlçenin her tarafının dağlık ve ormanlık olması ve bu yüzden avcılığa müsait olması sebebiyle av turizmi açısından da önemli bir potansiyele sahiptir. İlçenin kırsal kesiminde birçok çeşitli av hayvanı bulunabilmektedir. Özellikle tilki, domuz ve kurt gibi hayvanlara birçok yerde yoğun olarak rastlanmaktadır. Ayrıca, ilçenin çevresinde çok sayıda baraj olduğundan olta balıkçılığı da büyük oranda talep

görmektedir. İlçede kurulan avcılık kulübü ise bölgede düzenledikleri av turları ile ilçenin av turizmi açısından gelişmesini ve tanınmasını sağlamaktadır.

3.6.3. Kültür Turizmi

Çevresinde zengin tarihi eserler ve tarihi kalıntılar bulunmasına rağmen, ilçede kültürel tanıtıma gereken önem verilmemektedir. Bu zengin tarihi eserler yanında, dilden giyim-kumaş, el sanatları, mahalli müzik ve oyunlara kadar her daldaki mevcut potansiyel de maalesef değerlendirilmemektedir. Öte yandan, ilçede kültür turizmi açısından olumlu gelişmelerde vardır. 1965 yılından beri her yıl düzenlenen Su Festivali ve kış aylarında hafta sonunda kurulan Çorak Panayırı bölgede kültür turizmi açısından önemli fonksiyona sahiptirler.

3.7. Kızılcahamam'ın Termal Turizm Potansiyeli

İlçede termal turizm, Romalılar zamanından beri kullanılmakta olan kaplıcalarla her dönemde önemini arttırmakta ve halen hızlı bir şekilde gelişimini sürdürmektedir. Bölgede, biri ilçe merkezinde, diğeri de Seyhamamı'nda olmak üzere iki önemli merkez bulunmaktadır. Bugün ilçenin ekonomik olarak en büyük gelir kaynağı termal turizm olup, termal sular her gün yüzlerce insana hizmet vermekte ve bu sayı yaz aylarında çok büyük rakamlara ulaşmaktadır. Buna rağmen, yaz aylarında bölgede bulunan konaklama tesisi kapasitesi çok yetersiz kalmaktadır. Sabah 06:00 ile gece 24:00 arası hizmet veren kaplıcalardan, kışın günde 300-400, yazın ise ortalama 3.000-4.000 kişi faydalanmaktadır. Bu rakam ortalama olarak aylık 20.000, yıllık ise 250.000 kişi bulmaktadır. Aynı anda 300 kişinin banyo alabildiği bu tesislerde ayrıca aileler için de özel kabinler mevcuttur. Kaplıcalardan elde edilen yıllık gelir ise ortalama 300.000 \$ civarındadır. Fakat, maalesef, termal kaynaklar açısından dünyada yedinci sırada yer almasına rağmen, diğer ülkelere göre elde edilen bu gelir oldukça azdır (Eker, 2001:306). Kızılcahamam'ın genel anlamdaki termal turizm potansiyeli, diğer kısımlarda alt başlıklar halinde incelenmiştir.

3.7.1. Ula ım Olanakları

Kızılcahamam İlçesi, Ankara'ya ba lı olup, E-5 Ankara- stanbul Devlet Karayolu üzerindedir. Do usunda Çubuk, batısında Çamlıdere'ye 25, Çeltikçi'ye 28, Pazar'a 24, Gereede'ye 57, Çerkez'e 51, ve So uksu Milli Parkı'na 1 km. mesafededir. Ayrıca, ilçeye Ankara ve stanbul yönünden ula ım çift yönlü olup, oldukça kolay sa lanmaktadır. Ankara'ya 1,5 stanbul'a ise 3 saat mesafededir. Esenbo a Havalimanı'na 45 dakika uzaklıktaki kaplıcalara, demiryolu ile de gidilebilmektedir. İlçe, eskiden beri Ankara- stanbul karayolunun içinden geçmesi nedeniyle, çok canlı bir ula ım ve konaklama yeri olmu tur. 1995 yılında Ankara- stanbul arası mesafenin kısaltılması amacıyla yapılan ve Çeltikçi beldesinden geçen TEM otoyolunun devreye girmesiyle, ilçedeki canlılık nispeten azalmı tur. Buna ra men, Çeltikçi bölgesindeki rampaların uzun olması nedeniyle bir çok yolcu (araç) bu yeni yolu tercih etmemekte ve ilçe içinden geçmektedirler (Eker, 2001:306).

3.7.2. Alt-Üst Yapı Durumu

Kızılcahamam ilçe merkezinde yer alan kaplıca sularının geli tirilmesi için yol, su, elektrik ve haberle me vs. gibi olanaklar mevcuttur. Fakat, tedavi ve kaplıca konaklama tesisleri kalite ve mekan olarak yetersizdir. Kı aylarında ilçede var olan konaklama tesisleri ve termal tesisler yeterli görünse de, yaz aylarında çok büyük rakamlara ula an yo unluk kar ısında, varolan bu tesisler oldukça yetersiz kalmaktadır (Sarı, 1989:139).

3.7.3. mar Durumu

İlçede yapılan imar planına göre, ilçedeki yerle im alanları, sit alanları oldukça sistemli bir ekilde düzenlenmi tir ve buna ba lı olarak, ilçede çarpık yapıla manın önüne geçilmi tir. Ayrıca, bölge civarında varolan termal kaynakların oldukça nitelikli ve zengin olması, imar planı yapılırken turizm yatırım alanlarına

oldukça geni yer ayrılması ve bu konuda kamu tarafından büyük kolaylıklar gösterilmesi de Kızılcahamam'da termal turizm yatırımına oldukça büyük bir olanak sağlamaktadır (Eker, 2001:312).

3.7.4. Kızılcahamam'ın Termal Sularının Özellikleri

Termal alanlarda çıkan tıfıfı suların debisi veya sıcaklı ından çok, ta ıdı ı mineralize özellikleri ve hangi rahatsızlıklara ne derece faydalı oldu u önemlidir. Bu nedenle, termal alanlarda hizmet sunan konaklama ve termal kür i letmelerinin sundukları termal suyun niteliklerini uzman kurulu lara (tıp fakülteleri gibi) test ettirerek onaylatmaları, sunulan hizmetin kalitesi ve güvenilirli i açısından büyük önem ta ımaktadır. Zira, söz konusu olan insan sa lı ıdır. letmelerin bu onayları almaları, hem pazardaki yerlerini sa lam bir temele oturtmakta, hem de i letmenin süreklili inin sa lanması açısından büyük faydalar sa lamaktadır. Bu noktadan hareketle, Kızılcahamam'da var olan termal kaynaklar Ankara Üniversitesi Tıp Fakültesi tarafından incelenmi ve iyi geldi i rahatsızlıklar belirlenmi tir. Bu durum Kızılcahamam'ın termal turizm potansiyelinin geli tirilmesi açısından büyük önem ta ımaktadır. Ankara Üniversitesi Tıp Fakültesi'nde, Prof.Dr. Tansu Karabay Araslı ve Prof.Dr. Atıf Ta pınar tarafından hazırlanan rapora göre; Kızılcahamam'ın termal sularının tedavi açısından iyi geldi i hastalıklar a a ıda liste halinde verilmi tir (Anonymous, 2004-c).

- a)** Eklemlerin iltihaplı ve iltihapsiz müzmin hastalıklarında
- b)** Eklem çevresi dokuların romatizmaya ba lı a rılı hastalıklarında eklem ve ba ların hareket sınırlaması yapan rahatsızlıklarında
- c)** Eklemdeki romatizmaya ba lı ve burkulmalara ba lı a rılı i liklerin tedavisinde
- d)** Özellikle erkeklerde i man yapıllı olanlarda görülen GUT Hastalı ının müzmin devrelerinde
- e)** Kırık çıkık sonrası kalan a rı ve hareketsizliklerin tedavisinde
- f)** Kol ve bacak felçlerinin müzmin devreleri ile çocuk felçlerinde

g) Romatizmal hastalıklara veya tümör iltihabı hariç çe itli bozukluklara ba lı omuz, kol, bel, bacak a rılarında

h) Kadınların müzmin bel a rılarında ve kadın hastalıklarında

i) Bazı ruhsal hastalıklarda, a ırı sinirlilik hallerinde, bazı cilt hastalıklarının tedavisinde

i) Saçlı derinin kepeklenmeleri, sedef hastalı ı ve derinin iltihaplı hastalıklarda

j) Egzama ve derinin ka ıntılı hastalıklarında

k) A ız içi hastalıklarında

l) Artma e ilimi gösteren deri hastalıklarında

m) Saç kırılmaları, kepeklenmeler ve sulu kabuklanmalarda

n) Kasık ve ayak mantarlarında, sedef hastalı mın geç evresinde sebebi belli olmayan ka ıntılarda, gözlerin çapaklanmasında, derinin kabuklanmasında ve mikroplarla zedelenmesinde

o) Egzemalarda, ellerde ve ayaklarda, parmak arası sulu, akıntılı, ka ıntılı hastalıklar, sabun, sprey, petrol ürünleriyle olan alerjinin yok edilmesinde, cilt çatlaklarında

ö) A ız içinde dilde, yanak içindeki yaralarda, müzmin bo az hastalıklarında

p) So utularak içilmek suretiyle solucan, tenya, kurt ve erit dü ürülmesinde, hazmın kolayla tırılmasında

r) Oturma banyolarıyla devamlı kanayan mayasılarda

s) Uzun yıllar süren mafsalsızlıklarında

) Lumbago, sırt, bel a rıları, kol ve bacaklardaki uyu ma ve i likte

t) Vücuttaki çe itli kırık çıkıkların iyile me safhasında ve daha sonraki a rıların giderilmesinde

u) Fazla gıda ile beslenen i man hastalardaki ayak ve bacak a rılarında

ü) Müzmin hale gelmi yatalak hastalarda çocuk felçleri, siyatik a rılarında

v) Kadınların müzmin bel a rılarında ate basmalarında, ayak i melerinde bazı kısırlıkların tedavisinde olumlu sonuçlar vermektedir.

3.7.5. İlçedeki Termal Konaklama Tesisleri ve Yatak Kapasiteleri

İlçede faaliyet gösteren 6 adet termal tesis bulunmaktadır. Toplam yatak kapasitesi ise 800'dür ve özellikle yazın sezonunda bu rakam çok yetersiz kalmaktadır. İlçede faaliyet gösteren tesislerin özellikleri aşağıda alt başlıklar halinde açıklanmaktadır (Eker, 2001:311).

a) Asya Kızılcahamam Termal Tatil Köyü

Asya mahallesinde, hakim bir tepe üzerinde toplam 70.000 metrekarelik bir alanda kurulan Asya Termal Tatil Köyü ve Devremülkleri çok katlı apart ve villa tipi evlerle termal turizme açılmıştır. Köyde ayrıca fizik tedavi üniteleri, su parkı, rehabilitasyon merkezi ve termal havuzlar bulunan tesis, Türkiye ve Avrupa'da tabiat ile bütünleşmiş ilk ve tek termal merkez olması dikkat çekmektedir. ABD Eximbankı, İstanbul merkezli Asya'nın Turizm şirketine Kızılcahamam'da inşa ettiği termal turizm tesislerinin kurulmasında yer alan Amerikan şirketlerine toplam 4.1 milyon dolar kredi vermiştir. Eximbank Başkan Yardımcısı'nın açıklamasında, "Eximbank tarafından, Türkiye'de ekonominin bütün sektörlerinde faaliyetlerini genişletme çabaları sürdürülmektedir. Yakın zamanlarda, Amerikalı ihracatçıların Türk turizm endüstrisine ilgisinin arttığı görülmektedir. Bu sektörde bazı başarılı projeleri de desteklemeyi umuyoruz" demiştir. Söz konusu 4.1 milyon dolarlık kredi, Kızılcahamam'daki tesise elektrik jeneratörü ve çeşitli cihaz ve mobilyaların satın alınmasında kullanılmıştır. Kredi, bu amaçla, World Brands ve Caterpillar'ın da dahil olduğu bazı Amerikan şirketlerine sağlanmıştır (Anonymous, 2005-f).

b) Çam Oteli

Kızılcahamam'da ilk modern tesis olarak 1954'de yapımına başlanıp 1958'de hizmete açılmıştır. Tesis önceleri, ilçenin ormanlık ve temiz havasından dolayı sanatoryum olarak dikkat çekmişken, daha sonra bu fikirden vazgeçilmiştir. Tesis, ilçe merkezine yaya olarak 20 dakika mesafede ve Soğuksu Milli Parkı'nda çamlık bir alanda bulunmaktadır.

Çam Otel üç yıldızlı ve 40 odalı yapısı ile uzun yıllar ilçede tek turistik tesis olarak kalmı tır. Bu durum, zengin termal kaynaklarımızın gerekli ölçüde de erlendirilmedi inin bir göstergesidir. 1996'dan itibaren termal su verilmeye ba lanan otelin bütün odaları banyolu, telefonlu ve müzik yayınlıdır. 40 odanın yanında, geni bir lobisi, 200 ki ilik yemek salonu, garajı, oyun ve tv salonu, mini satı ma azası ve 100 ki ilik konferans salonu mevcuttur. So uksu Milli Parkı anayolunun kıyısında ve çevre yolunun yakınında oldu u için yürüyü imkânı da bulunmakta ve yaz kı devamlı termal su verilen açık ve kapalı havuzlarından aralıksız hizmet sunulmaktadır.

c) Kaplıca Termal Oteli

İçe merkezinde Büyük Kaplıca' nın hemen biti i inde olan Kaplıca otelinin mülkiyeti özel idareye aitken, 1961 yılında belediye tarafından satın alınmı tır. 36 odası bulunan otele 1996 yılından itibaren termal su verilmeye ba lanmı tır. Aynı yıl, bünyesinde fizik tedavi ve rehabilitasyon merkezi de kurulan otelde bir çok romatizmal hastalık tedavi edilmektedir. Belediye tarafından i letilmekte olan Kaplıca Termal Oteli 100 ki ilik yemek salonu, otoparkı, ömineli oturma salonu ve bahçesi ile ehir merkezine çok yakın bir konumdadır.

d) Ab-ı Hayat Termal Oteli

1985 yılında temeli atılan tesis, beton iskeletinin yapılmasının ardından bir süre durakladıktan sonra, 1995 yılında özel te ebbüse satılmı ve 2 yılda tamamlanarak 1996'da hizmete açılmı tır. 3 yıldızlı tesisin bünyesinde 15 küvetli oda, jakuzili 15 süit, 10 single ve 53 double olmak üzere toplam 93 oda ve 205 yatak kapasitesi mevcuttur. Ayrıca, tesis 2 termal havuz, 2 Türk hamamı, 2 Fin hamamı, 2 jakuzi havuzu, kür merkezi, fizik tedavi üniteleri, güzellik ve cilt bakım salonu, jimnastik salonu, çocuk kulübü, oyun salonu, teras bar ve üst katta orman manzaralı yemek salonu, odalarda ise uydu kanallı TV, minibar, saç kurutma makinesi bulunmaktadır. Yaz mevsiminde % 70-80 doluluk kapasitesiyle çalı an tesiste, kı sezonunda ise hafta sonu ve bayramlarda doluluk ya anmaktadır.

e) Patalya Termal Resort

Soğuksu Milli Parkı içinde, şehir merkezine vasıta ile 5 dakika mesafede bulunan otel 1997 yılında hizmete girmiştir. Daha önce aynı yerde Orman Bakanlığı tarafından eğitim ve dinlenme tesisi yapılmış, fakat, işletmeye açılmamıştır. 1995 yılında ihale ile Bakırkent Üniversitesi'ne satılan tesis 2 yılda elden geçirilip, yanına yeni bir bina eklenerek genişletilmiştir.

14000 metrekaarelik bir alanda dört tarafı çam ormanlarıyla çevrili olan otel 4 yıldızlı standarda sahip ve bünyesinde 156 oda ve 312 yatak bulunmaktadır. Devamlı termal su bulunan açık ve kapalı yüzme havuzları kesintisiz hizmet sunmaktadır. Ayrıca, Türk hamamı, sauna, jimnastik salonu, bitki banyoları, masaj odaları ve spa alanları mevcut olup, bunların yanında 225 kişilik konferans salonu, açık büfe yemek salonları, geniş ve dekoratif lobisi, kafeteryası, ömür bar ve toplantı salonları ile çok yönlü bir hizmet sunabilmektedir. Açıldığı yıldan beri özellikle yaz aylarında yabancı turistlerin gününbirlik de olsa konakladıkları bir mekan olan Patalya Oteli, başta siyasi partiler olmak üzere birçok sivil ve resmi kuruluşun seminer ve kongrelerine ev sahipliği yapmaktadır. Odaların hepsi çam ormanı manzaralı olup, hepsinde kablolu TV yayını, telefon, termal küvet, minibar ve saç kurutma makinesi mevcuttur. Ayrıca tesis yaz-kış genelinde hafta sonları ve bayram tatillerinde yoğun bir turist akınına uğramaktadır.

f) Kızılcahamam Termal Tesisleri

Mülkiyeti özel idareye ait olan bu tesis, açıldığı yıllarda önce Valilik Eğitim Tesisleri ismiyle sadece resmi görevlilerin kullanımına ayrılmış bir tesis iken, daha sonraları halka açık olarak işletilmeye başlanmıştır. 26 oda ve 55 yatak kapasitesi bulunan tesisin odalarında küvetli banyo, telefon, müzik yayını ve TV bulunmaktadır. Ayrıca lobi, oyun salonu, yemek salonu, Türk hamamı, bay-bayan jakuzi ve TV salonu mevcut olan tesise 1997'den itibaren termal su verilmeye başlanmıştır. Kızılcahamam Termal tesisleri şehir merkezinde yer almaktadır.

g) Havuzlu Pansiyon

1999 yılında özel sektörün i letti i ilk profesyonel pansiyon olarak hizmete açıldı. Yapımı için herhangi bir resmi kurumdan te vik alınmadan yapılan tesisin 75 yatak kapasitesi vardır. Odalarda Buzdolabı, banyo ve WC bulunmaktadır. Genel olarak kullanılan ark usulü dizayn edilmi bir dinlenme salonu bulunmaktadır. Ayrıca, kalanların ortak kullanımı için dü ünülmü bir de mutfak ve yemek salonu mevcuttur. 1999 sezonunda yeni açılmasına ra men % 75 kapasiteyle çalı an tesis, bünyesinde bulunan jeotermal kaynaklı jakuzi ve sauna ile tam te kilatlı bir termal otel görünümüne sahiptir.

3.7.6. İçedeki n aatı Devam Eden Termal Turizm letmeleri

Yukarıda saydı ımız tesisler dı nda projeleri tamamlanmı ve alt yapı çalı malarına ba lanmı üç adet tesis daha önümüzdeki iki veya üç yıl içerisinde açılarak termal turizm alanında hizmet vermeyi beklemektedir (Eker, 2001:313).

a) Seyha Termal Tatil Köyü

smetpa a mahallesi ada mevkiinde 80.000 metrekarelik bir alana kurulacak olan Seyha Devremülk ve Termal Tatil Köyü'nde apart ve villa tipi evler yapılması dü ünülmektedir.

b) Ferah Termal Tatil Köyü

stanbul yolu kıyısında Beylik Köprüsü ile eski çöplük alanı arasında 70.000 metrekarelik bir alanda kurulması dü ünülen tesis, çok katlı apart otellerle termal turizme açılacaktır. Tatil köyünde ayrıca fizik tedavi üniteleri, su oyunları merkezi, rehabilitasyon merkezi ve termal havuzlar bulunacaktır.

3.7.7. İçede Bulunan Kaplıcalar

a) Büyük Kaplıca

1945 yılında yeniden in a edilen Kızılcahamam Kaplıcası, biri erkek, di eri kadınlara mahsus olmak üzere iki bölümdür. Haziran ile Ekim ayları arasında buraya bir çok ziyaretçi gelmektedir. Her iki kısımda da, mermerden yapılmı büyük birer havuz ile hususi banyolar ve dinlenme yerleri vardır (Sarı, 1989:126).

b) Küçük Kaplıca

Kızılcahamam'da Büyük Kaplıca' dan 50 metre kadar mesafede ikinci bir kaplıca vardır. Burası da ba tan ba a yeniden in a edilmi tir. Bütün yıl açık olan ve daha ziyade halkın yıkanmasına tahsis edilen bu kaplıca, dakikada 2 litre su veren özel bir kaynakla beslenmektedir. Suyun sıcaklı ı depoda 43,5 santigrattır. Bile imi itibariyle Büyük Kaplıca' dan pek ayrılmaz (Sarı, 1989:126).

BÖLÜM IV

TERMAL TURİZM ÜZERİNDE YAPILMI OLAN BAZI ARA TIRMALARA A T ÖZET B LG LER

Ara tırma konusu olarak belirlenen Kızılcahamam'da faaliyet gösteren termal turizm işletmelerini tercih eden müşterilerle bu işletmelerde çalışanların beklentilerinin karşılanması, başlıca altında incelenen termal turizm, termal kür merkezleri ve çalışmaları alanı olarak seçilen, üzerinde mevcut uygulamaların ve yapılması gerekli incelemelerin anlatılmaya çalışıldığı bu ara tırmada; ayrıca kısa özetleri yer alan kaynaklar ve eserler esas alınmış ve konuya temel oluşturulmuştur. Bu bölümde; öncelikle termal turizme ait çalışmalar, daha sonra da Kızılcahamam ile ilgili çalışmalar sırası ile verilmiştir.

Bu alanda yapılan ilk çalışmalardan birisi de, Çekirge (1975) tarafından yapılmıştır. Çekirge, Diyarbakır-Çermik termal tesislerinden yararlanan küristler üzerinde gerçekleştirildiği çalışmada, küristleri demografik ve sosyo-ekonomik özelliklerine göre değerlendirilmiştir. Çekirge (1975)'nin 126 kişi üzerinde gerçekleştirildiği bir ara tırmanın sonucunda, Diyarbakır-Çermik termal tesislerinden en fazla (%56.9) ev kadınlarının ve daha sonra da orta düzeyde memur, küçük esnaf ve nitelikli işçi grubundakilerin yararlandığı ortaya çıkmıştır. Buradan, ara tırmanın yapıldığı dönemde, üst düzeyde gelire sahip olan insanların termal tesislere ilgi göstermedikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Glaus (1975), genel anlamda kaplıca kür merkezi alabilecek alanların planlamasını, doğal yada doğal olmayan bazı engellerin (morfolojik olarak alınması

güç artlar yada kent yakın çevresi olması dolayısıyla alana engel olu turan bazı durumlar gibi) planlama prosedürü açısından a ı lmasına yönelik uygulamaları ve bu tür çalı malara örnek te kil edebilecek fonksiyon yada grafik gösterimler içeren tematik çizimleri kapsayan çalı masıyla, bu ara tırmaya kaynak olmu tur. Temel tasarım faktörleri (kaynak korunması, çevre faktörleri, kür merkezleri temel tasarımı, vs.), bir termal kür merkezinin bölgelendirilmesi ve yapılı mı bazı örnek tasarımlardan bu ara tırmada yararlanılı mı tır. Glaus, bu ara tırması sonucunda, bir termal kür merkezinin ta ıması gereken özelliklerle ilgili bazı bulgulara ula mı tır. Bu bulgulara göre, termal bir kür merkezinde bulunması gereken birimler; çe itli kapasitelerde ve farklı donanımlara (süit, normal, ba lantılı odalar, termal banyo, jakuzi, özel hamam, klima, minibar, tv., müzik yayını, saç kurutma makinesi vb) sahip konaklama üniteleri; genelde tedavi amaçlı gelen misafirler için tasarlanmı fizik tedavi üniteleri, çamur banyoları, ılıcalar, jimnastik salonları; mü terilerin yeme içme ihtiyaçları dü ünülerek tasarlanmı çe itli kapasitelerde restoranlar, barlar; tesise gelebilecek spor kulüpleri için spor salonu, futbol sahası, tenis kortları, yüzme havuzu; mü terilerin bo zamanlarını de erlendirmeleri için, oyun salonları (masa tenisi, bilardo vb.), internet salonu, ye il alanlar, parklar, süs havuzları; kongreler, bilimsel organizasyonlar, irket toplantıları vb. faaliyetler için, toplantı salonları, konferans salonları; çe itli nitelikteki kutlamalar için balo salonları olarak belirlenmi tir. Ayrıca, ara tırmacıya göre, termal su kaynaklarının niteli inin korunması amacıyla; ehir ebekesi, kanalizasyon suları ve atık suların, termal sulara karı masını önlemek üzere, kanalizasyon ve atık su kanallarının izole edilmesi, istinat duvarları gibi alt yapı unsurlarının titizlikle in a edilmesi ve termal suların periyodik olarak analiz edilerek durumun kontrol altında tutulması gereklili i de ula ılan önemli bir sonuçtur.

Çekirge (1977)'nin bir ba ka çalı ması da Yalova termal tesislerinden yararlanan küristler üzerinedir. Toplam 96 ki i üzerinde gerçekle tirdi i ara tırma sonucunda Çekirge, Yalova'daki tesislerden kür amacıyla en fazla esnaf, küçük memur ve nitelikli i çi kategorisine giren gelir gurubunun yararlandı ını saptamı tır. Bu ara tırmadan elde edilen bulgulara göre; Çekirge'nin Diyarbakır ilinde gerçekle tirdi i çalı manın üzerinden geçen iki yıl sonunda, ara tırmanın farklı bir

bölgede (batıda) yapılmı olmasına rağmen, termal tesisleri kullanan gelir grubunun içerisinde üst düzey gelir grubunun yer almadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Termal turizmi alanında Türkiye’de ilk yapılan incelemelerden bir tanesi de Kahraman (1978) tarafından gerçekleştirilmiştir. Yazarın T.C. Turizm Bankası A.Ş. için uzmanlık tezi olarak hazırladığı bu çalışmada dört bölümden oluşmaktadır. Çalışmanın ilk bölümünde, konuyla ilgili kavramların açıklanması ve Türkiye’deki termal turizmi çalışmalarının tarihsel geçmişi anlatılmaktadır. İkinci bölümde de Türkiye’deki aktif termal su kaynaklarının sınıflandırılmasına ve coğrafik dağılımına ilişkin veriler ile termal turizmi tesislerinin niteliksel ve niceliksel durumlarına ilişkin olarak yapılan inceleme sonuçları yer almaktadır. Yazar çalışmasının dördüncü ve son bölümünü, Türkiye’deki maden sularına ve kaplıcalara ilişkin yasal düzenlemelere ve Türkiye’deki sağlık turizmi yatırımlarının kredileştirilmesine yönelik uygulamaların anlatımına ayrılmıştır. Kahraman, gerçekleştirdiği bu çalışma ile, Türkiye’de 1300 dolayında sıcak ve soğuk maden suyu kaynağının yer aldığı bulgusuna ulaşmıştır. Bu kaynaklardan, 229 tanesi sağlık turizmi açısından önem taşıyan özellikler içermektedir. Bu kaynakların, bir bölümünün deniz kıyısında ve orta yükseklikte olan dağlık ve ormanlık alanlarda yer aldığı, elde edilen diğer önemli bir sonuçtur. Araştırmacıya göre; deniz kıyısında ve ormanlık alanlarda bulunan bu kaynaklar, termal turizm amaçlı kullanıma uygun olduklarından ülke turizmi açısından büyük önem taşımaktadır.

Ülker (1978)’e göre; Türkiye’de sanayileme ve kent yaşamının yoğun baskısı, insanlar üzerinde sağlık sorunlarının artmasına, özellikle de yaşam stres ve tüketilen her tür maddenin yapaylaşmasında görülen artışla, kaplıca, içme, deniz ve iklim kürlerinin uzmanlarca önerilme seviyesindeki büyük yükseliş termal turizm ve genelde sağlık turizmine olan ilgiyi yoğunlaştırmıştır. 1978 yılında yayımlanan bu kaynak yeni yeni amaçla kaydetmeye başlayan termal turizm faaliyetlerine yönelik kısa bir genel değerlendirilmeye yer vermektedir. Türkiye’nin elinde bulundurduğu büyük jeotermal potansiyelin ilgili kuruluşlarca değerlendirilmesi gerekliliği, karlı yatırımların organize edilebileceğinin yatırımcılara aktarılabilmesi ve konuya ilişkin neler yapılabileceğinin bazı saptamalarla vurgulanmış bu çalışmada yer almıştır. Bu araştırmada elde edilen bulgulara göre; araştırmacının yapıldığı 1978 yılı itibarıyla, ülkemizde 56 adet nitelikli sayılabilecek, 213 adet niteliksiz sayılabilecek sağlık

turizmi tesisi bulunmaktadır. Konaklanabilecek tesislerdeki 4984 adet yatak kapasitesine karşın, nitelikli konaklama ko ullarından uzak 9589 yatak kapasitesi vardır. Bu durumda, Türkiye’deki, sa lık turizmi tesislerinin, gereksinimleri karşılamaya açısından yetersiz buldukları, ula ılan önemli bir sonuçtur.

Koçak (1979) ile Özbek ve Koçak (1983), çalı malarını MTA adına gerçekle tirmişler ve kurumun himayesinde yönlendirilen ara tırmalara ık tutacak jeolojik, hidrojeolojik ve alanda kaynak korumaya yönelik çalı maları Kızılcahamam ve çevresi için raporlamı lardır. Kaynak için alınması gereken önlemler, yapılması öngörülen restorasyon yada in aat çalı maları için öneriler gibi konular bu çalı mada yer almı tır. Koçak’ın, tek ba ına gerçekle tirdi i ara tırmasında ula tı ı sonuçlara göre; bölgedeki termal kayna ı besleyen suyun, volkanik faaliyet sonucu bölgeyi i gal eden bazalt ve andezit kimyasallarından olu an lavlardan etkilendi i ortaya çıkmı tır. Kızılcahamam sıcak su kayna mının debisi (akı hızı) 21 litre/saniye, sıcaklı ı ise 43 derece olarak tespit edilmi tir. Ara tırmacı, bu sonuçlar do rultusunda; bölgede akmakta olan Hamam Deresi’nin, (kaplıcayı ta kınlardan korumak için) beton kanal içine alınması veya dere yata mının de i tirilmesi gerekti ini vurgulamı tır. Özbek ve Koçak (1983)’ın birlikte gerçekle tirdikleri ara tırmanın sonucunda; bölgedeki termal su kaynaklarını kirletme riski bulunan bazı unsurlar tespit edilmi tir. Bu unsurlar; özellikle radyoaktif maddelerin i lenmesi ile u ra an tesis ve kurulu ların, faaliyetleri sırasında olu abilecek sızıntılar, sıcak su kaynak alanında çöp, gübre vb. gibi zararlı maddelerin depolanması ve bo altılması, maden i letmelerinin getirece i zararlı etkiler, ha erelemlerle mücadelede kullanılan kimyasal maddelerin depolandı ı yerler, olarak belirlenmi tir. Ara tırmacılar, bu bulgulara dayanarak; bölgede faaliyet gösteren radyoaktif madde i leyen kurulu ların çevre kurallarına uymaları konusunda sıkı denetim altına alınması, çöp, gübre vb. zararlı maddelerin depolanması için sıcak su kaynaklarına uzak bölgelerin belirlenmesi, maden i letmelerinin dinamit vb. tahrip edici faaliyetlerinin yasaklanması ve ha ere mücadelede kullanılan kimyasalların kullanımı ve depolanmasının kontrol altında tutulması gerekti i sonucuna ula mı lardır.

Dikkaya (1979), “ Termalizm-Termal Turizmi ve Aydın Yöresinde Termal Ürün Pazarlaması” ba lı ının ta rıyan çalı masında, Türkiye’deki ve Aydın yöresindeki termal kaynakların turizm açısından ta ıdıkları de ere de indikten sonra,

Aydın yöresindeki termal turizmi i letmelerinin pazarlama faaliyetlerine ili kin bir yakla ım geli tirmeye çalı mı tır. Dikkaya bu çalı masında elde etti i bulgular do rultusunda; Aydın yöresindeki termal suların romatizma, egzama, akne (sivilce), ba ırsak sorunları ve böbrek ta ı gibi hastalılıarın tedavisinde önemli faydalar sa ladı ı sonucuna ula mı tır. Ayrıca yörenin, co rafi konumu açısından, Ege Bölgesi'nde yer alması ve zmir, Ku adası gibi turistik yörelere yakın olması, buna ba lı olarak da, yöredeki termal kaynakların turistik amaçlı kullanımına çok uygun olması, ara tırmacının ula tı ı, önemli bir sonuçtur.

Çekirge (1982), hazırlamı oldu u doktora çalı masında, kaplıcalardaki kür ve rekreasyon birimlerinin planlaması ve tasarımı için bir metot ara tırması yapmı ve Türkiye'ye yönelik bir uygulamayı ele almı tır. Ara tırma içerisinde yer alan kaplıcaların tarihsel geli imi, planlama ve tasarım çalı malarında olabilecek sınırlama ve kısıtlamalara ili kin açıklamalar bu çalı mada de inilen bazı konular olmu tur. Kullanıcı ve i letmeler bazında termal kür istasyonlarının bazı sınırlamalar ortaya koydu u ve yasal birkaç kısıtlamanın da kaplıcalar konusundaki geli meleri engelleyici bazı nitelikler ta ıdıkları vurgulanmı tır. Çekirge, bu ara tırmasında elde etti i bulgular do rultusunda; “Kentle me ile mahremiyet anlayı ı arasında ili ki vardır.” yargısına ula mı tır. Ara tırma sonucuna göre; küçük kent veya kırsal alanlarda ya ayanlarla, büyük kentlerde ya ayanlar arasında, mahremiyet anlayı ı açısından farklılıklar bulunmaktadır. Dini inanı ların bu farklılıkta önemli bir etken oldu u da, bu ara tırmada elde edilen önemli bir sonuçtur. Buna ba lı olarak; termal kaynakların genelde kırsal bölgelerde yer aldı ı ve bu kaynakları kullanma amacı ile yöreye gelenlerin büyük ehirlerden gelme olasılı ı göz önüne alındı ında, bu sonucun önemi daha belirgin hale gelmektedir. Çekirge'ye göre, bu sonuç, Türkiye ve benzeri ülkelerde teknolojik geli meye paralel olarak yeni mekanlar in a etmenin, bu mekanların kullanımı için yeterli olmayaca ını göstermektedir.

Türkiye'deki termal turizmi arz potansiyelini ve öngörülen yatırımları konu alan çalı masında ise Kaya (1983), Türkiye'de termal turizmine konu olan sıcak suların bir envanterinin yanı sıra, hangi hastalıklara iyi geldi ine ili kin verilere de yer vermektedir. Toplamı on dört bölümden olu an çalı manın birinci bölümünde konuyla ilgili kavramların tanımları yer almaktadır. kinci bölümde ise termal turizmin dünyadaki ve Türkiye'deki tarihsel geçmi i anlatılmaktadır. Daha sonra

gelen üçüncü bölümde de, maden sularının sınıflandırılmasına dönük kriterler ifade edilmektedir. Çalı manın dördüncü bölümünde; termal suların kimyasal sınıflandırılmasına göre fizyolojik tesirleri ve sa lık niteliklerine ili kin açıklamalar yer almaktadır. Bu bölümde, maden suları ta ıdıkları minerallere göre hangi hastalıklara yararlı olabileceklerine ili kin veriler Türkiye’de belli ba lı kaplıcaları içerecek ekilde gösterilmi tir. Kaya’nın çalı masının be inci bölümünde de, Türkiye’deki kaplıcalar ve sa lık açısından etkinlikleri ara tırılmaktadır. Bu kısımda her bir kaplıcanın sa lık açısından etkinlikleri incelenmi tir. Altıncı bölümün konusunu Avrupa ülkelerindeki kaplıca yerle melerinin nicelik ve nitelikleri olu turmakta ve bu arada da, Türkiye’deki maden suyu potansiyelinin nicelik ve niteliklerine ili kin anlatımlar yer almaktadır. Çalı manın yedinci bölümünde, maden sularının de erlendirilmesinde öncelik sorunu i lenmektedir. Çalı manın di er bölümlerinin ba lıkları u ekildedir: Sekizinci bölümde radyoaktifli sular, dokuzuncu bölümde içme kaynakları; onuncu bölümde termal turizmi arzının belirlenmesi, on birinci bölümde birinci derecede önemli ve öncelikli termal kaynaklara yapılacak yatırım tutarının hesaplanması, on ikinci bölümde termal turizmi arz potansiyelinin ulusal ekonomiye yapabilece i katkılar, on üçüncü bölümde yatırımların yapılması için gerekli fon kaynaklarının olu turulması ve on dördüncü bölümde de sonuç yer almaktadır. Kaya, gerçekte tirdi i bu çalı ma sonucunda; stanbul-Yalova, Bursa-Çekirge, Balıkesir-Gönen, Kütahya-Harlek, zmir-Balçova, Sivas-Sıcakçermik, Erzurum-Pasinler, Diyarbakır-Çermik ve Rize-Ayder kaplıcalarında nitelik açısından çok önemli termal su kaynaklarının bulundu u ve bu suların bir çok hastalı ın tedavisinde önemli faydalar sa ladı ı bulgularına ula mı tir. Bu termal suların, tedavisinde etkili i oldu u hastalıklar; romatizma, kalp-kan dola ımı, beslenme bozuklukları, çe itli deri hastalıkları, bo altım sistemi sorunları ve strese ba lı sinirsel yorgunluklar olarak tespit edilmi tir.

Yılmaz (1987) tarafından gerçekleştirilen doktora çalı masında; turizmin tanıtımı, turizm çe itleri, termal suların olu umu, tarihçesi, termal turizm çalı malarındaki te vikler ara tırılarak, Yalova Termal Yöresinin turistik planlamasında neler yapılmalıdır, peyzaj planlaması için ne tür öneriler getirilebilir ve çevre kriterleri de göz önüne alınarak nasıl bir planlama yakla ımı olu turulmalıdır, konulu incelemelere yer vermi tir. Yılmaz, ara tırmasında elde

etti i bulgular do rultusunda; Yalova termal bölgesinin, kuzeybatı ve güneybatısındaki tepelerin, do aya uyumlu ve aynı zamanda, çok modern ve kaliteli konaklama tesislerinin yapılabilece i kararına varmı tır. Ayrıca, ara tırmacı; bölgenin büyük bir kısmını kapsayan orman ve maki alanlarında erozyon ve yangınlara kar ı önlem alınması gerekti i sonucuna ula mı tır.

Ülker (1988), hazırladı ı ve daha sonra da kitapla tırılan çalı masında sa lık ve kaplıca turizmi konusunda kullanılan bazı kavramlara açıklık getirmi tir. Ülker çalı masında, Türkiye’de termal turizmine konu olan kaynakları sınıflandırmı ve termal turizmi kapsamı içerisinde yer alan çe itli kavramlara açıklık getirmeye çalı mı tır. Ülker bu eserinde, sonuç olarak; ülkemizde yer alan termal suların, derin fay (kırık) hatları, aktif deprem ku akları, zengin ve çe itli maden yataklarının, bulundu u, yapısal bir özelli e sahip olmasından dolayı olu tu u kararına varmı tır. Yazarın belirtti i bu yapısal duruma ba lı olarak ula tı ı di er bir sonuç ise; yerin derinliklerinden gelen suların ve yer yüzü sularının, yer yüzünden derinlere inerek ısınması, maden eriyikleri ile yüklenmesi ve basınç kazanarak tekrar yeryüzüne çıkması sonucu olu an, sıcak yada so uk maden sularının olu turdu u “ ifalı su kaynakları” bakımından, Türkiye’nin çok büyük bir potansiyele sahip oldu udur.

Özbek (1991) tarafından gerçeikle tirilen kavramsal bir çalı mada, Türkiye’de ve dünya genelinde termal turizmi çalı maları konu edinmi tir. Yazar çalı masında, termal turizmin Türkiye açısından önemine ve Türkiye’nin termal sıcak suları bakımından üstünlü ünü belirttikten sonra, bu alanda dünyada önde gelen ülkelerdeki uygulamalardan da örnekler verilmi tir. Özbek, sözü edilen çalı masında ayrıca, Türkiye’de son yıllarda termal turizmi alanında özel ve kamu sektörünce gerçeikle tirilmekte olan yatırımlardan da söz etmektedir. Yazar sonuç olarak, Türkiye’de uygulanmakta olan ve termal turizmini do rudan ilgilendiren hukuki düzenlemeleri hakkında bilgi vermi tir. Yazar bu çalı ması sonucunda; termal suların de erlendirilmesinde ve yatırımlarda etkin rol oynayacak, bir kurulu veya sorumlu yasal bir örgütün kurulmasının gerekti i; mevcut yasa ve yönetmeliklerin, yatırım açısından i letmeleri destekleyen ve uygulamaları kolayla tıran bir hale getirilmesinin gerekti i; termal tesislerin özel sektör tarafından i letilmesi esasının hakim olması gerekti i, kararlarına varmı tır.

Demirbey (1992) ise, konu olarak Bursa yöresi termal kaynaklarını almı tır. Yazar, çalı masında Bursa'da termal turizminin nasıl geli tirebilece i sorusundan hareket ederek, öncelikle yöredeki termal kaynakların bir envanterini yapmı tır. Bu arada yörede halen çalı makta olan kaplıca i letmeleri ile di er tesislerin de tanıtımının da yapıldı ı çalı mada, Bursa yöresindeki termal tesislerinden yararlanan turistlerin konaklama ve geli biçimlerine ili kin bilgileri de ara tırmı tır. Demirbey, sonuç olarak; 1992 yılına kadar olan sürede yapılan, turizm kalkınma planlarında, turizme verilen önemin arttı nı, buna ra men termal turizmin bu kalkınma planlarında yeterince yer almadı ı kararını vurgulamı tır. Ayrıca, Demirbey' in ula tı ı sonuçlardan biri de; termal turizm konusunda bilinçlendirilmeyen halkın, yabancı turistlere kar ı farklı bir tavır içerisine girebildi ini, bu durumun da termal turizmin geli mesini olumsuz yönde etkiledi i sonucuna ula mı tır.

Aslan(1992)'ın gerçekte tirdi i çalı mada, termal turizm i letmelerinde hizmet standartlarının önemi ve bu standartların pazarlama faaliyetlerine olan etkisi incelenmi tir. Üç bölümden olu an çalı manın ilk bölümünde turizm ve termal turizminin yanı sıra konuyla ilgili olan di er kavramlara açıklık getirilmeye çalı ılmı tır. Bu bölümde de ayrıca, bazı Avrupa ülkelerindeki termal turizmi çalı maları da anlatılmı tır. Tezin ikinci bölümünde ise, termal turizm i letmelerinde hizmet standartlarının geli tirilmesi ve pazarlama faaliyetlerine etkisi incelenmi tir. Çalı masının üçüncü bölümünde de, Balçova Termal i letmesinde yapılan uygulama yer almaktadır. Tezde ayrıca, Balçova Termal i letmesi'nde çalı makta olan personele uygulanan anket çalı masının sonuçları da yer almaktadır. Aslan bu ara tırması sonucunda önemli bir bulguyu ortaya koymu tur. Bu bulguya göre; termal turizme katılan turistlerin, sa lık açısından fayda sa layabilmesi için, 21 günlük bir kür süresince tesiste kalması gerekiyor. Bu durum, di er turizm çe itlerine göre, termal turizmdeki kalı süresinin daha uzun olması ve mevsim farkı gözetilmeden gerçekte tirilebilmesi sebebiyle, turizm faaliyetlerinin tüm yıl boyunca sürdürülebilmesi ve gelir düzeyinin arttırılması konusunda oldukça önemli bir etkidir. Yazar; Türkiye'nin, termal kaynak zenginli i göz önüne alındı ında, bu durumun Türk turizm sektörünün geli imi açısından, termal turizmin önemini açıkça ortaya koydu u kararına varmı tır.

Turizm Bakanlığı Yatırımlar Genel Müdürlüğü'nden bir uzman tarafından hazırlanan çalı ma (1993), Türkiye'de termal turizmi kaynaklarına ilişkin veriler yer almaktadır. Çalı ma, konuyla ilgili kavramları açıklamakta, ve Türkiye'nin termal turizmine konu olan arz kaynaklarını (yatak arzı, termal su kaynakları) ayrıntılı olarak incelemektedir. Çalı ma, Türkiye'de faaliyet gösteren veya gösterdi i sanılan termal tesislerin veya kaplıcaların envanterini vermesinin yanı sıra, buralarda kurulu olan tesislerin hizmet üniteleri hakkında da bilgiler vermektedir. Bu çalı ma sonucunda varılan karara göre; Ülkemizde kaplıca turizmi ile, turizm geli me bölgelerinde turizm mevsimini uzatmak, turizm çe itlili ini arttırarak, turizm tesislerindeki doluluk oranını yükseltmek, vasıflı turizm personelinin istihdam dengesini sa layarak i sizlik oranını dü ürmek ve sonucunda da daha karlı i letme ve pazarlama seviyesine ula mak mümkündür.

Ülker (1994)'in yapımı oldu u sa lık turizmi, kaynaklar ve tanıtıma yönelik çalı ma, yararlanılan kaynakların ba nda gelmektedir. çeri i tamamen sa lık turizmini konu alan eser, kaplıca ve içme kürleri, maden sularının olu umu, çıkarılması, korunması, analizi, sınıflandırılmaları, uygulamaları, planlama yakla ımları, imar planlarının olu turulması, Türkiye'nin termal kaynak imkanları, maden sularına ilişkin yasal-yönetmelik çerçeve, sorumlu kurulu lar, deniz termal kürleri, iklim kürleri, Türkiye kaplıca ve içmeleri ile Türkiye'den seçilmi kaplıca ve içme merkezlerinin tanıtıldı ı çok geni kapsamlı bir çalı madır. Konuya geni bir bakı açısı getiren bu kitap, güncel bir kaynak olması ile de çok önemlidir. Ülker bu çalı masında sonuç olarak; sıcak ve so uk maden sularımızın bir kısmının deniz kıyısında (Gemlik-Armutlu, Ezine-Kestanbol, zmir- Çe me ve Do anbey, Köyce iz-Sultaniye gibi) yer alması nedeniyle, Türkiye'nin sa lık turizmi ve buna olanak sa layan, kaplıca ve deniz sularının bile imi bakımından rakipsiz sayılacak bir konumda bulundu u kararına varmı tır.

Kozak (1996)'a ait doktora tezi, termal turizm alanında yapılmı di er bir ara tırmadır. Kozak bu çalı masında konu olarak termal turizmi tercih eden mü teri profilini belirleme amacına yönelik olarak tüketici ara tırmalarını incelemi ve konuyla ilgili iç turizme yönelik bir ara tırma gerçekle tirmi tir. Yazar, yaptı ı çalı ma ile termal turizm i letmelerinin üretmi oldu u ürünlerden yararlanan Türk vatandaşlarının genellikle orta ya gruplarında ve serbest meslek, memur ve ev

hanımlarında yo unla tı ı, gelir bakımından orta gelir grubunun önde geldi i ve en fazla il merkezlerinden gelenlerin termal turizm i letmelerinden yararlandı ı sonucuna ula mı tır. Ayrıca Kozak, bu bulgulardan hareketle; üst gelir grubunun termal turizm faaliyetlerine ilgi göstermedi i ve hanımların erkeklere oranla daha fazla termal turizme katıldı ı, buna ba lı olarak da; bayanların sa lık sorunlarının erkeklere oranla daha fazla oldu u kararına varmı tır.

Türkiye geneli için MTA (1996) tarafından gerçekleştirilen envanter çalışmasında; ülkedeki her bir jeotermal kayna ın jeolojik özetini, tektonik konumunu, sıcaklı nı, debisini ve orada yapılan sondaj çalışmalarının tarihler itibariyle listelenmesini içerecek eilde bir de erlendirme yapılmı tır. Yapılan bu çalışma; Türkiye'nin nerdeyse tüm bölgelerinde de i ik nitelikte ve miktarda bulunan termal su kaynakları özellikleri ve turizme sa layaca ı faydalar ile bu kaynakların de erlendirilmesi için yürütülen çalışmalar kar ıla tırıldı nda; ülkemiz açısından, son derece önemli olan do al termal kaynaklarımızın, yeterli ölçüde de erlendirilemedi i açıkça görülmektedir.

Selvi (1996), hazırladı ı yüksek lisans çalışmasında; turizm potansiyeli içinde kaplıca turizminin de erlendirilmesini, kaplıca turizminin Türkiye'deki durumunu, yasal çerçeveyi, te vikleri ele almı ve konuyu Kangal Balıklı Kaplıca örne inde irdelemi tir. Selvi bu çalışmasının sonucunda, termal kaynakların, Türk turizminin geli tirilmesi, 12 aya yayılabilmesi için vazgeçilmez bir unsur oldu unu karar olarak sunmu tur. Ayrıca uygulama alanı olan Sivas-Kangal Balıklı Kaplıcası ile ilgili olarak, bu kaplıca havuzlarının barındırdı ı balıkların, günümüzde dahi, tıbbi tedavisi çok zor olan "sedef" ve "yılancık" gibi bazı hastalıkların tedavisinde çok olumlu sonuçlar ortaya koydu unu, dolayısıyla hem yaz, hem de kış turizmine oldukça elveri li oldu unu , bulgu olarak sunmu , fakat bu olanaklardan tam olarak yararlanılamamasının büyük bir kayıp oldu u kararına varmı tır.

Çevirgen (1996) tarafından, termal kür merkezlerinin rekreatif amaçlı geli imi ele alınmı ; Türkiye kaplıcaları, geli imleri, rekreasyona yönelik faaliyetlerin turizm içindeki yeri, termal tesislerin durumu, Avrupa'daki tesislerin durumu, ülkemiz ko ullarında sa lanan te vikler ve sektörün durumu incelenmi tir. Çevirgen, ara tırmasının sonuç bölümünde; ülkemizdeki mevcut termal turizm arzının yetersiz oldu u yargısına ula mı tır. Buna örnek olarak; elde etti i bulgulara

dayanarak, uygulama yaptı ı mevcut termal tesislerin, sadece yo un iç talebi kar ılamaya çalı makta oldu unu ve dolayısıyla, sosyal termalizmden yararlanmak isteyen insanların, niteliksiz tesislere yöneldi i sonucunu sunmu tur. Yazar, bu durumun; sosyal güvenlik kurumları tarafından, termal turizme, sa lık amaçlı katılan insanlara çok az miktarda ödeme yapılıyor olmasından kaynakladı ı kararına varmı tır.

Göyün (2001), Ankara Üniversitesi'nde hazırladı ı yüksek lisans çalı masında, Kızılcahamam Kaplıcalarını Termal Turizm Açısından irdelemi tir. Yazar çalı masında, Kızılcahamam'ın sularının özellikleri, bölgenin sosyo-ekonomik yapısı, mevcut tesisler ve kapasiteleri konularına yer vermi tir. Ara tırmacı, elde etti i bulgulara dayanarak; Kızılcahamam'ın, hem Ankara'nın yakınında bulunması, hem de termal turizm de eri açısından, birinci sınıf kaynaklar içerisinde yer alması dolayısıyla, yo un kent ya amını sürdüren insanların, kaplıcalardan sa lık amaçlı yararlanma, stresten uzakla ma ve tatil yapma amaçlı olarak tercih etti i ve buna ba lı olarak yo un ilgi gösterdikleri bir konumda bulundu u kararına varmı tır. Göyün, ayrıca, MTA (Maden Tetkik ve Arama Entitüsü) tarafından, 1979 yılında yapılan planlama çalı masında belirlenen kurallara, i letmeler ve ahıslar tarafından uyulmadı ı sonucuna ula mı tır.

Eski ehir Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde yüksek lisans çalı masını gerçekle tiren Güney (2002), ara tırma konusu kapsamında, termal otel i letmelerinde stratejik pazarlama planlamasını i lemi ve konuyla ilgili olarak Afyon'da bir uygulama gerçekle tirmi tir. Yazar, termal turizm kavramının yanı sıra, stratejik planlama a amaları, pazarlama planlaması a amaları üzerine literatür taraması gerçekle tirmi ve alan ara tırmasını da bu bilgilerin ı ında uygulamı tır. Güney, gerçekle tirdi i ara tırma çalı ması sonucunda; ara tırma kapsamında yer alan ve Afyon'da faaliyet gösteren i letmelerin, pazarlama planlaması, amaç ve hedeflerine ula malarını sa layacak stratejileri belirleme konusunda, yetersiz kaldıkları kararına varmı tır.

BÖLÜM V

KIZILCAHAMAM'DA FAAL YET GÖSTEREN TERMAL TURİZM İZLEMLERİNDE ÇALIŞANLAR İLE BU İZLEMLERİ TERCİH EDEN MÜŞTERİLERİN BEKLENTİLERİNİN KARŞILANMASINA YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

Bu bölümde, bir uygulama çalışması yer almaktadır. Bölümde verilen bilgileri, araştırmanın amacı, önemi, kapsamı, yöntemi, bulgular ve yorumlar, en son olarak da sonuç ve öneriler şeklinde sıralamak mümkündür. Bilindiği gibi, biçimsel bir araştırmanın birbirini izleyen bölümlerini belli bir bütünlük ve anlamlılık içinde sıralamak gerekmektedir (Arıkan, 2000:245).

5.1. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı; alternatif turizm çeşitlerinin incelenmesi ve buna bağlı olarak Kızılcahamam'da faaliyet gösteren termal turizm izlemlerinde çalışanlar ile bu izlemleri tercih eden müşterilerin, “hijyen”, “fiyat” ve “hizmet kalitesi” boyutlarındaki beklentilerinin karşılanmasıdır. Ayrıca araştırma kapsamında çalışanların, çalıştıkları izlemlerin özellikleri ve izlemedeki görevleri; müşterilerin ise demografik özellikleri göz önüne alınarak, “hijyen”, “fiyat” ve “hizmet kalitesi” boyutlarına yaklaşımları açısından kendi aralarında farklılık gösterip göstermediği incelenmiştir.

Belirlenen boyutlardan ilki olan hijyen, özellikle termal turizm i letmelerinde büyük önem ta ımaktadır. Bu nedenle, ara tırma kapsamında ilk kriter olarak seçilmi tir. Kriterlerden ikincisi olan fiyat, Türkiye ekonomisi ve insanların alım gücü göz önüne alındı ında, çok önemlidir. Ara tırma boyutlarından üçüncüsü olan hizmet kalitesi; turizm i letmelerinin verdi i hizmetlerin önemli bir ölçütü oldu u dü ünülerek, ara tırmaya katılan termal turizm i letmeleri çalı anları ile bu i letmeleri tercih eden mü terilerin dü üncelerine ula mak amacıyla ele alınmı tir. Mü terilerin hizmet kalitesi olgusunu hangi unsurları göz önüne alarak de erlendirdikleri bir çok ara tırmaya konu olmu , fakat, literatürde kabul gören kriterler; Parasuraman, Zeithaml ve Berry'nin ara tırmaları yönünde geli tirilmi tir. Buna göre, hizmet kalitesini ölçmek üzere hazırlanacak aracın tüketicinin kalite algılamasını hizmet kar ılaması süresince de erleyebilecek ekilde düzenlenmesi gerekmektedir. Bu nedenle, hizmet kalitesi ölçütleri belirlenirken, önceden belirlenmi ölçeklerden belli bir geçerlilik düzeyine sahip olan serqual metodundan yararlanılmı tir. Serqual (service quality), tüketicinin bir hizmet alı veri iyle olu an beklenti ve algılarını ölçmek için tasarlanmı çok yönlü bir skaladır (Demirer, 1996: 116).

5.2. Ara tırmanın Önemi

Ülkemiz, termal turizm potansiyelleri açısından, dünyanın en zengin ülkelerinden biridir. Özellikle, pek çok hastalı a iyi gelen, dünyada istisna kaynakların sahibi olan Türkiye, yurdun dört bir yanına yayılan potansiyellerini harekete geçirdi i takdirde, hem turizmi yurt geneline yayma ve çe itlendirmek do rultusunda çok önemli bir adım atmı olacak, hem de çok önemli bir gelir grubuna turizm faaliyetine katılma ve hizmetlerden faydalanma imkanı sa layacaktır (http://www.mustafatasar.gen.tr/turizmin_cesitlendirilmesi.htm). Bu nedenlerden ötürü, özellikle termal kaynakların bulundu u bölgelerde yapılacak her ara tırmanın, bu bölgelerin dikkate alınması ve bu bölgelerle ilgili geli melerden haberdar olunması konusunda önem ta ımaktadır.

5.3. Ara tırmanın Sınırlılıkları

Ara tırma kapsamında, incelenecek olan iki ayrı grup bulunmaktadır. Bu gruplardan ilki Kızılcahamam'daki termal turizm işletmelerinde çalışanlar, diğeri ise bu işletmeleri tercih eden müşterilerden oluşmaktadır. Bu nedenle, ara tırma kapsamında iki ayrı evren ve bu evrenlere içerik iki ayrı örneklem bulunmaktadır. Bunlar, aşağıda alt başlıklar halinde açıklanmaktadır.

- **Evren-1**

Ara tırmanın birinci evrenini Kızılcahamam'da faaliyet gösteren termal turizm işletmelerinde çalışan üst düzey ve alt düzey yöneticiler ile ekip elemanları oluşturmaktadır.

- **Evren-2**

Ara tırmanın ikinci evrenini ise; Kızılcahamam'da faaliyet gösteren termal turizm işletmelerini tercih eden müşteriler oluşturmaktadır.

Ara tırmada anket uygulaması, evrenini oluşturan bireylerin tamamı yerine, zaman ve maliyet sınırlılığı gibi nedenlerden dolayı, evreni temsil edebilecek düzeyde örnekleme üzerinde gerçekleştirilmiştir. Ara tırmalarda, evren hacminin büyüklüğü ($N > 10.000$ veya $N < 10.000$), değişkenlerin türü (nitel veya nicel) ve güven düzeyinin ($1 - \alpha$) göz önünde bulundurulup bulundurulmayacağı gibi belirleyiciler dikkate alınarak, örneklem hacminin hesaplanması için literatürde farklı formüller ifade edilmektedir. Bu ara tırmada, sözü edilen belirleyici unsurlar dikkate alınarak, evreni temsil edebilecek örneklem hacminin belirlenmesinde aşağıdaki formül kullanılmıştır (NEA, 1965; Özdamar, 2001).

$$n = \frac{\sigma^2 \cdot z_{\alpha}^2}{H^2}$$

n: Örneklem büyüklüğü (örnekleme dahil edilecek birey sayısı)

σ : Standart sapma değeri

H: Standart hata değeri (evren ve örneklem ortalaması arasında izin verilebilecek maksimum fark)

z: Belirli bir anlamlılık düzeyine (yanılma olasılık de erine) kar ılık gelen teorik de er.

Formülü olu turan parametrelerin belirlenmesinde, ara tırmacının önceden bazı kabullerde bulunması gerekmektedir. Ortalamaya göre katlanılabilir hata de eri “H”, evren ve örneklem ortalaması arasında izin verilebilecek maksimum fark olup, ara tırmacının evren de eri kabulünde gösterebilece i toleransın bir ifadesidir. Ara tırmacı, ölçümü yapılan özelli in duyarlılık derecesine ba lı olarak hata de erini büyük ya da küçük tutabilir. Bu de erin küçük tutulması, duyarlılı ı artıraca ı gibi, örneklem hacminin de daha büyük olmasını gerektirir. Di er taraftan, standart sapma de eri için, everenden alınacak küçük bir pilot grup üzerinde yapılacak ölçümler kullanılabilir. Ara tırmacı tarafından belirlenen di er bir parametre ise güven düzeyidir. Ara tırmalar genellikle %99 ya da %95 güven düzeyinde yapılır. Güven düzeyini %100’e tamamlayan de er ise yanılma olasılı ı ya da anlamlılık düzeyi olarak ifade edilir. Buna göre, yukarıda belirtilen güven düzeylerine kar ılık gelen anlamlılık düzeyleri sosyal bilimler için $\alpha=0,05$ (%5) dir. Bu anlamlılık düzeylerine kar ılık gelen z teorik tablo de erleri ise; $\alpha=0,05$ için $z_{0,05}=1,96$ dır (Karasar, 1999: 120).

• Örneklem-1

Yukarıdaki bilgiler dikkate alınarak bu ara tırmada, evren-1 ve örneklem-1 ortalaması arasında izin verilebilir hata de eri (H) $\pm 0,10$ olarak alınmı ve yapılan analizler, anlamlılık düzeyi () $0,05$ alınarak de erlendirilmi tir. Formüldeki parametrelerden standart sapma “ ” de eri ise; tesadüfi yöntemle seçilen 30 denek üzerindeki anket uygulamasından elde edilen verilerin analizi sonucu belirlenmi tir.

Buna göre örneklem-1’in büyüklü ü;

$$\alpha=0,05 \text{ için } \sigma=0,50 \quad z_{0,05}=1,96 \quad H=\pm 0,10 \text{ alınırsa } n = \frac{0,50^2 \cdot 1,96^2}{0,10^2} = 96 \text{ olur.}$$

• Örneklem-2

Yine yukarıdaki bilgiler dikkate alınarak bu ara tırmada, evren-2 ve örneklem-2 ortalaması arasında izin verilebilir hata de eri (H) $\pm 0,10$ olarak alınmı ve anlamlılık düzeyi () 0,05 alınarak de erlendirilmi tir. Formüldeki parametrelerden standart sapma “ ” de eri ise; tesadüfi yöntemle seçilen 40 denek üzerindeki anket uygulamasından elde edilen verilerin analizi sonucu belirlenmi tir.

Buna göre örneklem-2'in büyüklü ü;

$$=0,05 \text{ için } =0,57 \quad z_{0,05}=1,96 \quad H=\pm 0,10 \text{ alınır} \quad n = \frac{0,57^2 \cdot 1,96^2}{0,10^2} = 122 \text{ olur.}$$

Örneklem gurubunu olu turan bireyler kolay örnekleme yöntemi ile seçilmi tir. Bu yöntemde amaç, isteyen herkesin örnekleme dahil edilmesi ve denek bulma i leminin belirlenen örneklem hacmine ula ılıncaya kadar devam etmesidir (Yıldırım vd., 2001).

5.4. Ara tırmann Yöntemi

Ara tırma kapsamında, yukarıda da belirtildi i üzere, iki ayrı gruba iki ayrı anket formu belirlenmi tir. Hazırlanan ilk anket formu, Kızılcahamam'da faaliyet gösteren termal turizm i letmelerinde çalı anlara yönelik olarak düzenlenmi tir. Bu anket formu iki bölümden olu maktadır. Birinci bölümde çalı anların, çalı tıkları i letmenin türü, belge durumu, faaliyet süresi ve i letmedeki görevlerini belirlemeye yönelik sorulardan olu maktadır. kinci bölümde ise, önceden olu turulan “hijyen”, “fiyat” ve “hizmet kalitesi” boyutları ile ilgili 25 adet yargı bulunmaktadır. Yargılardan ilk 5 tanesi “hijyen”, sonraki 5 tanesi “fiyat” ve kalan 15 tanesi ise “hizmet kalitesi” boyutu ile ilgilidir. Bu yargılara ili kin dü üncelerin alınabilmesi için 5’li likert ölçe i kullanılmı tir. Buna göre anketin ikinci kısmında “kesinlikle katılmıyorum”, “katılmıyorum”, “kararsızım”, “katılıyorum” ve “kesinlikle katılıyorum” seçenekleri yer almaktadır.

Hazırlanan ikinci anket formu Kızılcahamam'da faaliyet gösteren termal turizm işletmelerini tercih eden müşterilere yönelik olarak düzenlenmiştir. Bu anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde , müşterilerin yaşı , cinsiyet, eğitim durumu, meslek, aylık gelir ve termal tesise gelişme sebebinin belirlemeye yönelik demografik sorulardan oluşmaktadır. İkinci bölümde yer alan yargılar ise hazırlanan ilk anket formunda yer alan yargılarla aynıdır.

Ayrıca bu araştırmada ölçüt olarak kullanılan anket soruları hazırlanırken bu alanda daha önce yapılmış araştırmalarda kullanılan anket formları göz önünde bulundurulmuştur. Necdet Türker tarafından Selçuk Üniversitesi'nde hazırlanan “ İnsan Kaynakları Yönetiminin Müşteri Memnuniyeti ve İşletme Performansına Etkisi: Konaklama İşletmelerinde Bir Uygulama” isimli yayımlanmamış doktora tezi, Yeşim Kalkan Özkaya tarafından Marmara Üniversitesi'nde hazırlanan “Turizm Pazarlamasında Müşteri Tatmini ve Bir Araştırma” isimli yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Fulya Adalı tarafından Ankara Üniversitesi'nde hazırlanan “Hizmet Kalitesi ve Müşteri Tatmini Konaklama Sektöründe Bir Uygulama” isimli yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Sevtap Ünal tarafından Atatürk Üniversitesi'nde hazırlanan “Hizmetlerde Alıcı-Satıcı İlişkileri” isimli yayımlanmamış doktora tezi, Sibel Ekmekçioğlu tarafından Marmara Üniversitesi'nde hazırlanan “Müşteri Memnuniyeti, Ölçülmesi ve Değerlendirilmesi” isimli yayımlanmamış yüksek lisans tezi, bu anket formu hazırlanırken faydalanılan çalışmalardır.

Araştırmaya katılan termal turizm işletmelerinde çalışan üst, orta düzey yöneticilere ve ekip elemanlarına toplam 115 anket formu dağıtılmış , geri dönen anketlerden 96 (%83,4) tanesi değerlendirilmeye alınmıştır. Bu işletmeleri tercih eden müşterilere ise toplam 150 anket formu dağıtılmış ve geri dönen anketlerden 122 (%81,3) tanesi değerlendirilmeye alınmıştır. Toplanan veriler SPSS 10,00 for Windows programında tanımlı istatistik yöntemlerinden frekans analizi, bağımsız örnekli t-testi ve tek yönlü anova testi kullanılarak analiz edilmiştir. Ayrıca araştırmamızın güvenilirlik testi (Reliability Coefficients) yapılmış ve sonuç olarak Crombach Alpha değeri = 0,85 bulunmuştur. Bu değer araştırmamızın güvenilirlik açısından uygun bir değere sahip olduğunu göstermektedir (Karasar, 1999:132).

5.5. Bulgular ve Yorumlar

Ara tırmada elde edilen bulgular do rultusunda, Kızılcahamam’da faaliyet gösteren termal turizm i letmelerinde çalı anlar ile bu i letmeleri tercih eden mü terilerin anket formunda yer alan sorulara verdikleri cevaplar ve bu cevaplara ili kin yorumlar a a ıda dört ayrı tablo grubunda sunulmaktadır. İlk tablo grubunda mü terilerin demografik özelliklerine, ikinci tablo grubunda çalı anların görev aldıkları i letmelere ili kin özellikler ile i letmedeki pozisyonlarına ili kin veriler yer alırken, üçüncü tablo grubunda “hijyen”, fiyat” ve “hizmet kalitesi” boyutlarıyla ilgili 25 yargıya, mü terilerin ve çalı anların katılım düzeyleri ve bunların yorumları yer almaktadır.

5.5.1. Mü terilerin Demografik Özelliklerine Göre Frekans Ve Yüzde Da ılımları

Tablo 5: Mü terilerin ya larına göre frekans ve yüzde da ılımları

Ya grupları	Frekans	Yüzde (%)
16-25	11	9,0
26-35	21	17,2
36-45	36	29,5
46 ve üzeri	54	44,3
Toplam	122	100,0

Tablo 5’e göre; ankete katılan mü terilerden 11 tanesi (%9,0) 16-25, 21 tanesi (%17,2) 26-35, 36 tanesi (%29,5) 36-45, ve 54 tanesi (%44,3) 46 ve üzeri ya grubunda yer almaktadır. Bu verilere dayanarak; Kızılcahamam’da termal turizm i letmelerini tercih eden mü terilerin büyük bir bölümünün orta ya ın üzerinde oldukları sonucuna varılmı tır.

Tablo 6: Mü terilerin cinsiyetlerine göre frekans ve yüzde dağılımları

Cinsiyet	Frekans	Yüzde (%)
Bay	71	58,2
Bayan	51	41,8
Toplam	122	100,0

Ankete katılan mü terilerin 71 tanesini (%58,2) baylar, 51 tanesini (%41,8) bayanlar oluşturmaktadır. Buna göre, mü terilerin yarısından fazlasının baylardan oluştuğu görülebilmektedir.

Tablo 7: Mü terilerin eğitim durumlarına göre frekans ve yüzde dağılımları

Eğitim durumu	Frekans	Yüzde (%)
İlköğretim	10	8,2
Lise	66	54,1
Üniversite	34	27,9
Yüksek lisans ve üzeri	12	9,8
Toplam	122	100,0

Tablo 7'ye göre; Kızılcahamam'da termal turizm işletmelerini tercih eden mü terilerin 10 tanesi (%8,2) ilköğretim, 66 tanesinin (%54,1) lise, 34 tanesinin (%27,9) üniversite ve 12 tanesinin de (%9,8) yüksek lisans ve üzeri eğitim düzeyine sahip oldukları görülmektedir. Tablo incelendiğinde, lise mezunu mü terilerin diğer mü terilere nazaran daha büyük bir orana sahip olduğu belirlenmektedir.

Tablo 8: Mü terilerin mesleklerine göre frekans ve yüzde dağılımları

Meslek	Frekans	Yüzde (%)
Memur	32	26,2
Çiğdemci	14	11,5
Emekli	30	24,6
Serbest	29	23,8
Öğrenci	5	4,1
Diğer	12	9,8
Toplam	122	100,0

Mü teriler mesleklerine göre değerlendirildiğinde; 32 tanesinin (%26,2) memur, 14 tanesinin (%11,5) çiğdemci, 30 tanesinin (%24,6) emekli, 29 tanesinin (%23,8) serbest meslek, 5 tanesinin (%4,1) öğrenci, 12 tanesinin (%9,8) diğer seçeneğini tercih ettiğii görülmektedir. Buradan hareketle, Kızılcahamam'ı tercih edenlerin

genelinin memur, emekli ve serbest meslek sahiplerinden oluştuğu sonucuna varılmıştır.

Tablo 9: Mü terilerin gelirlerine göre frekans ve yüzde dağılımları

Aylık gelir	Frekans	Yüzde (%)
500 YTL'den az	6	4,9
500-999 YTL	38	31,1
1000-1499 YTL	36	29,5
1500-1999	13	10,7
2000-2499	17	13,9
2500 YTL'den fazla	12	9,9
Toplam	122	100,0

Tablo 9'da elde edilen verilere göre; mü terilerden 6 tanesinin (%4,9) 500 YTL'den az, 38 tanesinin (%31,1) 500-999 YTL, 36 tanesinin (%29,5) 1000-1499 YTL, 13 tanesinin (%10,7) 1500-1999 YTL, 17 tanesinin (%13,9) 2000-2499 YTL, 12 tanesinin (%9,9) ise 2500 YTL'den fazla aylık gelire sahip olduğu görülebilmektedir. Buna göre Kızılcahamam'daki termal turizm işletmelerini tercih eden mü terilerden büyük bölümünün orta gelir grubunda yer aldığı söylenebilir.

Tablo 10: Mü terilerin geliri sebeplerine göre frekans ve yüzde dağılımları

Termal tesise geliri sebebi	Frekans	Yüzde (%)
Tatil	46	37,7
Sağlık	69	56,6
Diğer	7	5,7
Toplam	122	100,0

Mü terilerin termal tesise geliri sebepleri incelendiğinde; 46 tanesinin (%37,7) tatil, 69 tanesinin (%56,6) sağlık ve 7 tanesinin de (%5,7) diğer sebeplerden oluştuğu görülmektedir. Bu sonuçlara göre; termal tesise gelen mü terilerin öncelikli sebeplerinin sağlık olduğu düşünülmektedir.

5.5.2. Çalı anların ve Çalı tıkları İ letmelerin Özelliklerine Göre Frekans ve Yüzde Da ılımları

Tablo 11 : Çalı anların görev aldıkları İ letmenin türüne göre frekans ve yüzde da ılımları

İ letme türü	Frekans	Yüzde (%)
Otel	52	54,2
Pansiyon	3	3,5
Tatil köyü	41	42,3
Toplam	96	100,0

Tablo 11’de elde edilen bulgulara göre; ankete katılan çalı anlardan 52 tanesinin (%54,2) otelde, 3 tanesinin (%3,5) pansiyonda, 41 tanesinin (%42,3) ise tatil köyünde çalı tı ı tespit edilmiştir. Buna göre Kızılcahamam’da çok fazla pansiyon bulunmadı ı veya pansiyonların az sayıda eleman çalı tı rdı ı sonucuna varılabilir.

Tablo 12 : Çalı anların görev aldıkları İ letmenin belge durumuna göre frekans ve yüzde da ılımları

İ letmenin belge durumu	Frekans	Yüzde (%)
Bakanlık belgeli	88	91,5
Belediye belgeli	8	8,5
Toplam	96	100,0

Çalı anların görev aldıkları İ letmelerin belge durumu incelendi inde; çalı anların 88 tanesinin (%91,5) bakanlık belgeli, 8 tanesinin (%8,5) belediye belgeli İ letmelerde çalı tı ı ortaya çıkmaktadır. Buradan, Kızılcahamam’da faaliyet gösteren termal turizm İ letmelerinin büyük bölümünün bakanlık belgeli oldu u gerçe İ belirmektedir.

Tablo 13 : Çalı anların görev aldıkları i letmenin faaliyet süresine göre frekans ve yüzde dağılımları

letmenin faaliyet süresi	Frekans	Yüzde (%)
1-5 yıl	41	42,3
6-10 yıl	50	52,5
11-15 yıl	5	5,2
Toplam	96	100,0

Tablo 13’de, ankete katılan çalı anların, çalı tıkları i letmelerin faaliyet süreleri incelenmektedir. Buna göre; çalı anların 41 tanesinin (%42,3) 1-5 yıl, 50 tanesinin (%52,5) 6-10 yıl, 5 tanesinin (%5,2) ise 11-15 yıl faaliyet gösteren i letmelerde çalı tıkları görülmektedir. Buna göre; Kızılcahamam’da, önceleri çok sayıda termal turizm i letmesi bulunmadı ı sonucuna varılmı tır.

Tablo 14: Çalı anların i letmedeki görevlerine göre frekans ve yüzde dağılımları

letmedeki görevi	Frekans	Yüzde (%)
Üst düzey yönetici	16	16,9
Orta düzey yönetici	37	38,9
Ekip Elemanı	43	44,2
Toplam	96	100,0

Kızılcahamam’da faaliyet gösteren termal turizm i letmelerinde çalı anların buldukları i letmedeki görevleri irdelendi inde; 16 tanesinin (%16,9) üst düzey yönetici, 37 tanesinin (%38,9) orta düzey yönetici, 43 tanesinin (%44,2) ise ekip elemanı pozisyonunda yer aldı ı tespit edilmi tir. Buna göre çalı anların büyük bölümünü orta düzey yönetici ve ekip elemanlarının olu turdu u ortaya çıkmı tır.

5.5.3. Mü terilerin ve Çalı anların Ankette Belirtilen Yargılara li kin Görü lerinin Frekans, Yüzde Da ılımı ve Aritmetik Ortalamaları

Tablo 15: letmede bulunan fizik tedavi merkezi yeterince hijyeniktir.

Görü	Mü teriler				letme Çalı anları			
	f	%	Ort. \bar{X}	s	f	%	Ort. \bar{X}	s
Kesinlikle Katılmıyorum	4	3,3	3,24	1,00	0	0	4,04	0,57
Katılmıyorum	31	25,4			2	2,0		
Kararsızım	25	20,5			8	8,3		
Katılıyorum	55	45,1			70	72,9		
Kesinlikle Katılıyorum	7	5,7			16	16,8		
Toplam	122	100			96	100		

“ letmede bulunan fizik tedavi merkezi yeterince hijyeniktir” yargısına mü terilerin %3,3’ü “kesinlikle katılmıyorum”, %25,4’ü “katılmıyorum”, %20,5’i “kararsızım”, %45,1’i “katılıyorum” ve %5,7’si de “kesinlikle katılıyorum” yanıtını vermişlerdir. Mü terilerin verdikleri cevapların aritmetik ortalaması ise 3,24 olarak bulunmuştur.

Ankete katılan çalı anlar ise aynı yargıya, %2,0’i “katılmıyorum” ve %8,3’ü “kararsızım” seçeneği ile çok düşük oranda olumsuz görüş bildirirken, %72,9’u “katılıyorum” ve %16,8’i “kesinlikle katılıyorum” seçenekleri ile yüksek oranda olumlu görüş bildirmişlerdir. Buna göre; verilen cevapların aritmetik ortalaması 4,04 ile oldukça olumlu bir görüş birliğinin varlığını ortaya koymaktadır.

Tablo 15’e göre; Kızılcahamam’da ki termal turizm işletmelerinde fizik tedavi ünitelerinin hijyenikliği konusuna, genel olarak mü terilerin, çalı anlara göre daha kararsız yaklaşımları görülmektedir. Bunun sebebi, ankete cevap veren mü terilerin konuya vakıf olamamaları veya fizik tedavi ünitelerini pek fazla kullanmadıkları sonucuna varılabilir. Çalı anların yüksek derecede olumlu cevap vermelerinin nedeni ise, işletmelerini koruma güdüsü veya işletenlerden olumsuz tepki alma çekincesi olarak yorumlanabilir.

Tablo 16: letmede çalı an personel hijyen konusuna özen göstermektedir

Görü	Mü teriler				letme Çalı anları			
	f	%	Ort. \bar{X}	s	f	%	Ort. \bar{X}	s
Kesinlikle Katılmıyorum	0	0	3,33	0,95	0	0	4,29	0,63
Katılmıyorum	34	27,9			2	2,0		
Kararsızım	20	16,4			3	3,3		
Katılıyorum	61	50,0			56	58,3		
Kesinlikle Katılıyorum	7	5,7			35	36,4		
Toplam	122	100			96	100		

“ letmede çalı an personel hijyen konusuna özen göstermektedir” yargısına mü terilerin %27,9’u “katılmıyorum”, %16,4’ü “kararsızım”, %50,0’ı “katılıyorum” ve %5,7’si de “kesinlikle katılıyorum” yanıtını vermişlerdir. Mü terilerin verdikleri cevapların aritmetik ortalaması 3,33 ile, “kararsızım” seçeneğine yakın olarak bulunmuştur.

Ankete katılan çalı anlar ise aynı yargıya, %2,0’ı “katılmıyorum” ve %3,3’ü “kararsızım”, %58,3’ü “katılıyorum” ve %36,4’ü “kesinlikle katılıyorum” ekinde görüş bildirmişlerdir. Buna göre verilen cevapların aritmetik ortalaması 4,29 ile yüksek oranda olumlu görüş olarak eklenmiştir.

Tablo 16’ya göre; Kızılcahamam’da ki termal turizm işletmelerinde çalı anların hijyen konusuna ne derece önem gösterdiklerinin belirlenmesine yönelik sunulan yargıya verilen cevaplar incelendiğinde, genel olarak mü terilerin, çalı anlara göre daha kararsız kaldıkları, çalı anların ise kendinden emin bir şekilde olumlu görüş bildirdiği görülmektedir. Ayrıca, her iki gruptan da bu yargıya “kesinlikle katılmıyorum” cevabının verilmemesi çalı anların hijyen konusuna gösterdikleri özen konusunda çabaladıkları sonucunu ifade etmektedir.

Tablo 17: letmedeki termal üniteler yeterince hijyeniktir

Görü	Mü teriler				letme Çalı anları			
	f	%	Ort. \bar{X}	s	f	%	Ort. \bar{X}	s
Kesinlikle Katılmıyorum	4	3,3	3,40	1,00	0	0	4,15	0,60
Katılmıyorum	23	18,8			2	2,0		
Kararsızım	25	20,5			5	5,3		
Katılıyorum	59	48,4			65	67,7		
Kesinlikle Katılıyorum	11	9,0			24	25,0		
Toplam	122	100			96	100		

“ letmede bulunan termal üniteler yeterince hijyeniktir” yargısına mü terilerin %3,3’ü “kesinlikle katılmıyorum”, %18,8’i “katılmıyorum” yanıtı ile olumsuz görü bildirirken, %20,5’i “kararsızım”, %48,4’ü “katılıyorum” ve %9,0’ı “kesinlikle katılıyorum” yanıtını vermişlerdir. Mü terilerin verdikleri cevapların aritmetik ortalaması 3,40 ile, “kararsızım” ile “katılıyorum” arasında bulunmuştur.

Aynı yargıya cevap veren çalı anlardan; %2,0’i “katılmıyorum” ve %5,3’ü “kararsızım”, %67,7’si “katılıyorum” ve %25,0’i “kesinlikle katılıyorum” seçenekleri ile yüksek oranda olumlu görü bildirmişlerdir. Buna göre verilen cevapların aritmetik ortalaması 4,15 olarak hesaplanmıştır.

Tablo 17’e göre; Kızılcahamam’da ki termal turizm i letmelerinde yer alan termal ünitelerin hijyenikliği konusunda mü teriler ile çalı anlar 3,40 ile 4,15 ekindeki ortalamalarla birbirlerine yakın ve olumlu görüşler bildirmişlerdir. Buradan; termal ünitelerin gerçekten hijyenik olduğu sonucuna varılmıştır.

Tablo 18: İletmedeki konaklama bölümleri yeterince hijyeniktir

Görü	Mü teriler				İletme Çalı anları			
	f	%	Ort. \bar{X}	s	f	%	Ort. \bar{X}	s
Kesinlikle Katılmıyorum	3	2,5	3,52	0,92	0	0	4,20	0,56
Katılmıyorum	17	13,9			0	0		
Kararsızım	26	21,3			7	5,8		
Katılıyorum	65	53,3			62	64,7		
Kesinlikle Katılıyorum	11	9,0			27	29,5		
Toplam	122	100			96	100		

“ İletmedeki konaklama bölümleri yeterince hijyeniktir” yargısına mü terilerin %2,5’i “kesinlikle katılmıyorum”, %13,9’u “katılmıyorum”, %21,3’ü “kararsızım”, %53,3’ü “katılıyorum” ve %9,0’ı ise “kesinlikle katılıyorum” yanıtını vermişlerdir. Mü terilerin verdikleri cevapların aritmetik ortalaması 3,52 ile olumlu bir görüşün hakim olduğunu göstermektedir.

Çalı anlardan ise, hiçbiri “kesinlikle katılmıyorum” ve “katılmıyorum” cevabı vermezken, %5,8’i “kararsızım”, %64,7’si “katılıyorum” ve %29,5’i “kesinlikle katılıyorum” seçenekleri ile yüksek oranda olumlu görüş bildirmişlerdir. Buna göre verilen cevapların aritmetik ortalaması 4,20 olarak hesaplanmıştır.

Tablo 18’e göre; mü teriler ile çalı anlar konaklama ünitelerinin hijyenikliği konusunda olumlu görüşler sunmuşlardır. Bunun sebebi; mü teriler için konaklama bölümlerinin, fizik tedavi ve termal ünitelere göre daha az önem taşıdığı düşününcesinden ileriye gelmektedir.

Tablo 19: İletme yiyecek-içecek hizmetlerinde yeterince hijyeniktir

Görü	Mü teriler				İletme Çalışanları			
	f	%	Ort. \bar{X}	s	f	%	Ort. \bar{X}	s
Kesinlikle Katılmıyorum	1	0,8	3,46	0,88	0	0	4,20	0,66
Katılmıyorum	20	16,4			2	2,0		
Kararsızım	31	25,4			7	5,8		
Katılıyorum	61	50,0			56	58,3		
Kesinlikle Katılıyorum	9	7,4			31	33,9		
Toplam	122	100			96	100		

“ İletme yiyecek-içecek hizmetlerinde yeterince hijyeniktir” yargısına mü terilerin %0,8’i “kesinlikle katılmıyorum” ve %16,4’ü “katılmıyorum” ile olumsuz görü bildirirken, %25,4’ü “kararsızım”, %50,0’i “katılıyorum” ve %7,4’ü ise “kesinlikle katılıyorum” yanıtını vermişlerdir. Mü terilerin verdikleri cevapların aritmetik ortalaması 3,46 olarak hesaplanmıştır.

Çalışanlardan aynı yargıya, %2,0’i “katılmıyorum”, %5,8’i “kararsızım”, %58,3’ü “katılıyorum” ve %33,9’u ise “kesinlikle katılıyorum” seçeneklerini tercih etmişlerdir. Aritmetik ortalama 4,20 olarak hesaplanmıştır.

Tablo 19’a göre; mü teriler yiyecek-içeceklerin hijyenikliği konusunda çalışanlara oranla daha olumsuz görüşler bildirmişlerdir. Bunun sebebi; mü terilerin yiyecek-içecek hijyeni konusunda daha dikkatli olmalarıdır. Çalışanların bu yargıya çok olumlu yaklaşımlarının sebebi ise işlerinden çekinmeleri veya bu konuda kendilerine güveniyor olmalarından kaynaklanmaktadır.

Tablo 20: letmedeki fizik tedavi ücretleri uygundur

Görü	Mü teriler				letme Çalı anları			
	f	%	Ort. \bar{X}	s	f	%	Ort. \bar{X}	s
Kesinlikle Katılmıyorum	4	3,3	3,29	1,03	0	0	3,55	0,86
Katılmıyorum	29	23,8			10	10,4		
Kararsızım	27	22,1			37	38,5		
Katılıyorum	51	41,8			35	36,4		
Kesinlikle Katılıyorum	11	9,0			14	14,7		
Toplam	122	100			96	100		

“ letmedeki fizik tedavi ücretleri uygundur” yargısına mü terilerin %3,3’ü “kesinlikle katılmıyorum”, %23,8’i “katılmıyorum” yanıtı ile olumsuz görü bildirirken, %22,1’i “kararsızım”, %41,8’i “katılıyorum” ve %9,0’ı ise “kesinlikle katılıyorum” yanıtını vermişlerdir. Mü terilerin verdikleri cevapların aritmetik ortalaması 3,29 ile “kararsızım” seçeneğine yakın olarak belirlenmiştir.

Aynı yargıya cevap veren çalı anlardan ise, %10,4’ü “katılmıyorum”, %38,5’i “kararsızım”, %36,4’ü “katılıyorum” ve %14,7’si “kesinlikle katılıyorum” seçenekleri ile olumlu görü bildirmişlerdir. Buna göre verilen cevapların aritmetik ortalaması 3,55 olarak hesaplanmıştır.

Tablo 20’ye göre; Kızılcahamam’da ki termal turizm işletmelerinde, fizik tedavi ücretleri konusunda mü teriler ile çalı anlar 3,29 ile 3,55 arasındaki ortalamalarla, birbirlerine yakın görüşler bildirmişlerdir. Mü terilerin daha kararsız olmalarının sebebi; ücret konusunun ki ilere göre de en göreceli bir kavram olarak görülmesinden kaynaklanmaktadır. Fiyat konusu, genel bir faktör olarak, ilerleyen analizlerde, mü teriler ve çalı anların kendi aralarındaki özellikler göz önünde tutularak, ayrıntılı bir şekilde incelenecektir.

Tablo 21: İletmede bulunan termal ünitelerin ücretleri uygundur

Görü	Mü teriler				İletme Çalı anları			
	f	%	Ort. \bar{X}	s	f	%	Ort. \bar{X}	s
Kesinlikle Katılmıyorum	1	0,8	3,32	1,02	0	0	3,55	0,76
Katılmıyorum	34	27,9			6	6,3		
Kararsızım	24	19,7			41	42,7		
Katılıyorum	50	41,0			39	40,6		
Kesinlikle Katılıyorum	13	10,6			10	10,4		
Toplam	122	100			96	100		

“ İletmede bulunan termal ünitelerin ücretleri uygundur” yargısına mü terilerin %0,8’i “kesinlikle katılmıyorum” ve %27,9’u “katılmıyorum” ile olumsuz görü bildirirken, %19,7’si “kararsızım”, %41,0’ı “katılıyorum” ve %10,6’sı ise “kesinlikle katılıyorum” yanıtını vermişlerdir. Mü terilerin verdikleri cevapların aritmetik ortalaması 3,32 ile kararsız olduklarını gösteren bir de er olarak hesaplanmış tır.

Çalı anlardan aynı yargıya, %6,3’ü “katılmıyorum”, %42,7’si “kararsızım”, %40,6’sı “katılıyorum” ve %10,4’ü ise “kesinlikle katılıyorum” seçeneklerini belirtmişlerdir. Aritmetik ortalama 3,55 olarak hesaplanmış tır.

Tablo 21’e göre; mü teriler ile çalı anların belirttikleri görü lerin ortalama de erleri kar ıla tırıldı nda, İ letmedeki termal ünitelerin ücretleri konusunda, mü terilerin kararsız kaldıkları görülürken, çalı anların ise kararsızlıkla katılma arasında bir görü bildirdikleri ortaya çıkmış tır. Bunu da, çalı anların İ letmedeki termal ünitelerin fiyatlarını tam olarak bilmemeleri veya İ letmenin ücret politikası hakkında herhangi bir fikirlerinin olmaması olarak yorumlayabiliriz.

Tablo 22: letmede konaklama ücretleri uygundur

Görü	Mü teriler				letme Çalı anları			
	f	%	Ort. \bar{X}	s	f	%	Ort. \bar{X}	s
Kesinlikle Katılmıyorum	3	2,4	3,48	1,00	0	0	3,45	0,83
Katılmıyorum	23	18,9			10	10,4		
Kararsızım	22	18,0			43	44,7		
Katılıyorum	60	49,2			32	33,4		
Kesinlikle Katılıyorum	14	11,5			11	11,5		
Toplam	122	100			96	100		

“ letmede konaklama ücretleri uygundur” yargısına mü terilerin %2,4’ü “kesinlikle katılmıyorum”, %18,9’u “katılmıyorum”, %18,0’ı “kararsızım”, %49,2’si “katılıyorum” ve %11,5’i de “kesinlikle katılıyorum” yanıtını vermişlerdir. Mü terilerin verdikleri cevapların aritmetik ortalaması 3,48 ile “kararsızım” ile “katılıyorum” seçenekleri arasında bir de er olarak kar ımıza çıkmaktadır.

Ankete katılan çalı anlardan ise aynı yargıya, %10,4’ü “katılmıyorum”, %44,7’si “kararsızım”, %33,4’ü “katılıyorum” ve %11,5’i “kesinlikle katılıyorum” ekinde görü bildirmişlerdir. Buna göre verilen cevapların aritmetik ortalaması 3,45 olarak ekillenmiştir.

Tablo 22’ye göre; Kızılcahamam’da ki termal turizm i letmelerinde uygulanan konaklama ücretleri konusunda çalı anlar ile mü terilerin verdiği cevaplar arasında yok denecek kadar az fark olduğu gözlenmektedir. Elde edilen veriler de erlendirildi inde yine ücretlerin göreceli olması sebebi ile her iki grubun da kesin bir yargıya varamadığı sonucuna ulaşmak mümkündür.

Tablo 23: letmede sunulan yiyecek-içecek hizmetlerinin fiyatları uygundur

Görü	Mü teriler				letme çalı anları			
	f	%	Ort. \bar{X}	s	f	%	Ort. \bar{X}	s
Kesinlikle Katılmıyorum	3	2,4	3,48	0,99	0	0	3,78	0,83
Katılmıyorum	23	18,9			7	5,8		
Kararsızım	21	17,2			25	26,5		
Katılıyorum	62	50,8			46	48,9		
Kesinlikle Katılıyorum	13	10,7			18	18,8		
Toplam	122	100			96	100		

“ letmede sunulan yiyecek-içecek hizmetlerinin fiyatları uygundur” yargısına mü terilerin %2,4’ü “kesinlikle katılmıyorum”, %18,9’u “katılmıyorum”, %17,2’si “kararsızım”, %50,8’i “katılıyorum” ve %10,7’si ise “kesinlikle katılıyorum” yanıtını vermişlerdir. Mü terilerin verdikleri cevapların aritmetik ortalaması 3,48 ile kararsız bir görüşün hakim olduğunu göstermektedir.

Çalı anlardan ise, hiçbiri “kesinlikle katılmıyorum” cevabı vermezken, %5,8’i “katılmıyorum” %26,5’i “kararsızım”, %48,9’u “katılıyorum” ve %18,8’i “kesinlikle katılıyorum” seçenekleri ile olumlu bir görüş bildirmişlerdir. Buna göre verilen cevapların aritmetik ortalaması 3,78 olarak hesaplanmıştır.

Tablo 23’e göre; yiyecek-içecek fiyatları konusunda mü teriler daha çok kararsız kalırken, çalı anların ise büyük oranda katıldıkları gözlemlenmektedir. Buradan, alı anların yiyecek-içecek fiyatları konusunda bilgi sahibi oldukları veya işletmeyi savunma güdüsüyle hareket ettiklerini söylenebilir.

Tablo 24: letmede sunulan rekreaktif hizmetlerin fiyatları uygundur

Görü	Mü teriler				letme Çalı anları			
	f	%	Ort. \bar{X}	s	f	%	Ort. \bar{X}	s
Kesinlikle Katılmıyorum	2	1,6	3,27	0,92	0	0	3,58	0,95
Katılmıyorum	24	19,7			14	14,7		
Kararsızım	44	36,1			30	31,2		
Katılıyorum	42	34,4			34	35,3		
Kesinlikle Katılıyorum	10	8,2			18	18,8		
Toplam	122	100			96	100		

“ letmede sunulan rekreaktif hizmetlerin fiyatları uygundur” yargısına mü terilerin %1,6’sı “kesinlikle katılmıyorum”, %19,7’si “katılmıyorum” yanıtı ile olumsuz görü bildirirken, %36,1’i “kararsızım”, %34,4’ü “katılıyorum” ve %8,2’si ise “kesinlikle katılıyorum” yanıtını vermişlerdir. Mü terilerin verdikleri cevapların aritmetik ortalaması 3,27 ile “kararsızım” seçeneğine yakın olarak belirlenmiştir.

Aynı yargıya cevap veren çalı anlardan ise, %14,7’si “katılmıyorum”, %31,2’si “kararsızım”, %35,3’ü “katılıyorum” ve %18,8’i “kesinlikle katılıyorum” seçenekleri ile a ırlıklı olarak olumlu görü bildirmişlerdir. Buna göre verilen cevapların aritmetik ortalaması 3,58 olarak hesaplanmıştır.

Tablo 24’e göre; Kızılcahamam’da ki termal turizm işletmelerinde sunulan rekreaktif hizmetlerin ücretleri konusunda mü teriler ile çalı anlar 3,27 ile 3,58 ekindeki ortalamalarla birbirlerine yakın görüşler bildirmişlerdir. Mü terilerin daha kararsız olmalarının sebebi; rekreaktif hizmetleri talep etmemeleri veya bu hizmetler hakkında bilgi sahibi olmamalarından ileriye gelmektedir.

Tablo 25: letme tarafından taahhüt edilen bütün hizmetler eksiksiz sunulmaktadır

Görü	Mü teriler				letme Çalı anları			
	f	%	Ort. \bar{X}	s	f	%	Ort. \bar{X}	s
Kesinlikle Katılmıyorum	3	2,5	3,51	0,94	0	0	3,91	0,76
Katılmıyorum	15	12,3			3	3,1		
Kararsızım	35	28,6			23	23,9		
Katılıyorum	54	44,3			49	51,2		
Kesinlikle Katılıyorum	15	12,3			21	21,8		
Toplam	122	100			96	100		

“ letme tarafından taahhüt edilen bütün hizmetler eksiksiz sunulmaktadır” yargısına mü terilerin %2,5’i “kesinlikle katılmıyorum”, %12,3’ü “katılmıyorum”, %28,6’sı “kararsızım”, %44,3’ü “katılıyorum” ve %12,3’ü ise “kesinlikle katılıyorum” yanıtını vermişlerdir. Mü terilerin verdikleri cevapların aritmetik ortalaması 3,51 ile olumlu bir eğilim göstermektedir.

Çalı anlardan ise, hiçbiri “kesinlikle katılmıyorum” cevabı vermezken, %3,1’i “katılmıyorum” %23,9’u “kararsızım”, %51,2’si “katılıyorum” ve %21,8’i “kesinlikle katılıyorum” seçenekleri ile olumlu bir görüş bildirmişlerdir. Verilen cevapların aritmetik ortalaması 3,91 olarak hesaplanmış ve çalı anlar arasında bu konuda olumlu bir görüş birliği olduğu görülmüştür.

Tablo 25’e göre; i letme tarafından taahhüt edilen hizmetlerin sunulma düzeyi konusunda mü teriler ile çalı anların birbirlerine yakın yanıtlar vermiş olmaları arasında olumlu yönde bir görüş birliği olduğu gösteriyor. Buradan da, Kızılcahamam’da faaliyet gösteren termal turizm işletmelerinin işletmelerin verdikleri sözleri genellikle yerine getirdikleri sonucuna varılmaktadır.

Tablo 26: letme yönetimi olu an sorunların çözümünde duyarlı davranmaktadır

Görü	Mü teriler				letme Çalı anları			
	f	%	Ort. \bar{X}	s	f	%	Ort. \bar{X}	s
Kesinlikle Katılmıyorum	1	0,8	3,70	0,84	0	0	4,18	0,65
Katılmıyorum	10	8,2			0	0		
Kararsızım	31	25,4			13	13,5		
Katılıyorum	62	50,8			52	54,3		
Kesinlikle Katılıyorum	18	14,8			31	32,2		
Toplam	122	100			96	100		

“ letme yönetimi olu an sorunların çözümünde duyarlı davranmaktadır” yargısına mü terilerin %0,8’i “kesinlikle katılmıyorum”, %8,2’si “katılmıyorum” yanıtı ile olumsuz görü bildirirken, %25,4’ü “kararsızım”, %50,8’i “katılıyorum” ve %14,8’i ise “kesinlikle katılıyorum” yanıtını vermişlerdir. Mü terilerin verdikleri cevapların aritmetik ortalaması 3,70 ile “katılıyorum” seçeneğine yakın olarak belirlenmiştir.

Aynı yargıya cevap veren çalışanlardan ise, hiç biri “kesinlikle katılmıyorum” veya “katılmıyorum” yanıtı vermezken, %13,5’i “kararsızım”, %54,3’ü “katılıyorum” ve %32,2’si “kesinlikle katılıyorum” seçenekleri ile a ırlıklı olarak olumlu görü bildirmişlerdir. Buna göre verilen cevapların aritmetik ortalaması 4,18 olarak hesaplanmıştır.

Tablo 26’ya göre; Kızılcahamam’da ki termal turizm işletmelerinde, işletme yönetimi olu an sorunların çözümünde duyarlı davranmaktadır yargısına mü teriler a ırlıklı olarak katılırken, çalışanlar ise daha yüksek bir a ırlıklı olumlu cevap vermişlerdir. Buradan Kızılcahamam’da faaliyet gösteren termal turizm işletmelerinin olu an sorunlara duyarlı yaklaşımları sonucuna varılmıştır.

Tablo 27: letme çalı anları olu an sorunları çözme konusunda yeterlidir

Görü	Mü teriler				letme çalı anları			
	f	%	Ort. \bar{X}	s	f	%	Ort. \bar{X}	s
Kesinlikle Katılmıyorum	1	0,8	3,56	0,83	0	0	4,02	0,64
Katılmıyorum	13	10,7			2	2,0		
Kararsızım	35	28,7			13	13,5		
Katılıyorum	62	50,8			62	64,7		
Kesinlikle Katılıyorum	11	9,0			19	19,8		
Toplam	122	100			96	100		

“ letme çalı anları olu an sorunları çözme konusunda yeterlidir” yargısına mü terilerin %0,8’i “kesinlikle katılmıyorum”, %10,7’si “katılmıyorum”, %28,7’si “kararsızım”, %50,8’i “katılıyorum” ve %9,0’ı da “kesinlikle katılıyorum” yanıtını vermişlerdir. Mü terilerin verdikleri cevapların aritmetik ortalaması 3,56 ile “katılıyorum” seçeneğine yakın bir oran olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu da mü terilerin letme çalı anlarını sorun çözme konusunda yeterli bulduğunun bir göstergesi olarak kabul edilebilir.

Ankete katılan çalı anlardan ise aynı yargıya, %2,0’ı “katılmıyorum”, %13,5’i “kararsızım”, %64,7’si “katılıyorum” ve %19,8’i “kesinlikle katılıyorum” şeklinde görüş bildirmişlerdir. Buna göre verilen cevapların aritmetik ortalaması 4,02 olarak bulunmuştur.

Tablo 27’ye göre; bir önceki tabloya da paralel olarak olu an sorunlara çözüm konusunda mü teriler tarafından duyarlı bulunan Kızılcahamam’da ki termal turizm işletmelerinin çalı anların da bu konuda yeterli bulunduğunu gözlemlenmektedir. Ayrıca alı anlarda bu konuda olumlu yanıtlar vermişlerdir. Buradan da, çalı anların bu konuda kendilerine güvendikleri sonucuna varılmıştır.

Tablo 28: İletme donanımı talep edilen hizmetleri karıla ma konusunda yeterlidir

Görü	Mü teriler				İletme Çalı anları			
	f	%	Ort. \bar{X}	s	f	%	Ort. \bar{X}	s
Kesinlikle Katılmıyorum	2	1,6	3,46	0,88	1	1,0	3,94	0,71
Katılmıyorum	17	13,9			2	2,0		
Kararsızım	34	27,9			15	15,6		
Katılıyorum	60	49,2			61	63,7		
Kesinlikle Katılıyorum	9	7,4			17	17,7		
Toplam	122	100			96	100		

“ İletme donanımı talep edilen hizmetleri karıla ma konusunda yeterlidir” yargısına mü terilerin %1,6’sı “kesinlikle katılmıyorum”, %13,9’u “katılmıyorum”, %27,9’u “kararsızım”, %49,2’si “katılıyorum” ve %7,4’ü ise “kesinlikle katılıyorum” yanıtını vermişlerdir. Mü terilerin verdikleri cevapların aritmetik ortalaması 3,46 ile kararsıza yakın bir eğilim göstermektedir.

Çalı anlardan ise, %1,0’ı “kesinlikle katılmıyorum”, %2,0’ı “katılmıyorum” %15,6’sı “kararsızım”, %63,7’si “katılıyorum” ve %17,7’si “kesinlikle katılıyorum” seçenekleri ile olumlu bir görüş bildirmişlerdir. Verilen cevapların aritmetik ortalaması 3,94 olarak hesaplanmış ve çalı anlar arasında bu konuda olumlu bir görüş birliği olduğu görülmüştür.

Tablo 28’e göre; İletme donanımının talep edilen hizmetleri karıla ma konusunda yeterli olup olmadığı konusunda mü terilerin çekimser kaldığı gözlenmiştir. Bunun sebebi insanların beklentilerinin çok çetli olması ve bir standardizasyona gidilememesidir. Çalı anlar ise kendi İletmelerini savunmak adına bu yargıya olumlu bir yaklaşım sergileyebilir.

Tablo 29: Fizik tedavi ünitelerinde çalı an personel bilgi açısından yeterlidir

Görü	Mü teriler				İetme Çalı anları			
	f	%	Ort. \bar{X}	s	f	%	Ort. \bar{X}	s
Kesinlikle Katılmıyorum	3	2,5	3,38	0,93	1	1,0	3,75	0,82
Katılmıyorum	20	16,4			4	4,1		
Kararsızım	36	29,5			29	30,1		
Katılıyorum	53	43,4			46	48,0		
Kesinlikle Katılıyorum	10	8,2			16	16,8		
Toplam	122	100			96	100		

“Fizik tedavi ünitelerinde çalı an personel bilgi açısından yeterlidir” yargısına mü terilerin %2,5’i “kesinlikle katılmıyorum”, %16,4’ü “katılmıyorum” yanıtı ile olumsuz görü bildirirken, %29,5’i “kararsızım”, %43,4’ü “katılıyorum” ve %8,2’si ise “kesinlikle katılıyorum” yanıtını vermişlerdir. Mü terilerin verdikleri cevapların aritmetik ortalaması 3,38 ile “kararsızım” seçeneğine yakın olarak belirlenmiştir.

Aynı yargıya cevap veren çalı anlardan ise, %1,0’ı “kesinlikle katılmıyorum” %4,1’i “katılmıyorum”, %30,1’i “kararsızım”, %48,0’ı “katılıyorum” ve %16,8’i “kesinlikle katılıyorum” seçenekleri ile a ırlıklı olarak olumlu görü bildirmişlerdir. Buna göre verilen cevapların aritmetik ortalaması 3,75 olarak hesaplanmıştır.

Tablo 29’a göre; Kızılcahamam’da ki termal turizm işletmelerinde, fizik tedavi ünitelerinde çalı an personelin yeterli olup olmadığı konusunda mü terilerin çekimser kaldıkları gözlemlenmektedir. Bunun sebebi, mü terilerin bu konuda yeterli teknik bilgiye sahip olmamaları olabilir. Çalı anların ise, yine aynı şekilde tam bir teknik bilgiye sahip olmamalarından ve ankete katılanların hepsinin fizik tedavi ünitesinde çalı ıyor olmamasından dolayı bu yargıda net bir görü bildiremedikleri düşünülmektedir.

Tablo 30: İletme personeli talep edilen hizmetleri kar ılıma konusunda yeterlidir

Görü	Mü teriler				İletme Çalı anları			
	f	%	Ort. \bar{X}	s	f	%	Ort. \bar{X}	s
Kesinlikle Katılmıyorum	2	1,7	3,47	0,87	0	0	3,92	0,75
Katılmıyorum	15	12,3			2	2,0		
Kararsızım	38	31,1			25	26,5		
Katılıyorum	57	46,7			47	48,6		
Kesinlikle Katılıyorum	10	8,2			22	22,9		
Toplam	122	100			96	100		

“ İletme personeli talep edilen hizmetleri kar ılıma konusunda yeterlidir” yargısına mü terilerin %1,7’si “kesinlikle katılmıyorum”, %12,3’ü “katılmıyorum”, %31,1’i “kararsızım”, %46,7’si “katılıyorum” ve %8,2’si de “kesinlikle katılıyorum” yanıtını vermişlerdir. Mü terilerin verdikleri cevapların aritmetik ortalaması 3,47 ile “kararsızım” seçeneğine yakın bir oran olarak kar ımıza çıkmaktadır.

Ankete katılan çalı anlardan ise aynı yargıya, %2,0’ı “katılmıyorum”, %26,5’i “kararsızım”, %48,6’sı “katılıyorum” ve %22,9’u “kesinlikle katılıyorum” ekinde görüş bildirmişlerdir. Buna göre verilen cevapların aritmetik ortalaması ise 3,92 olarak eklenmiştir.

Tablo 30’a göre; çalı anların, talep edilen hizmetleri kar ılıma konusunda kendilerine güvendikleri gözlenirken, mü terilerin bu konuda çekimser cevaplar verdi i gözlemlenmektedir. Bunun sebebi ise; çalı anların insan psikolojisinin bir sonucu olarak kendilerini yeterli görmeleri olarak dü ünülmektedir.

Tablo 31: letmede sunulan yiyecek-içecek hizmetleri beklentileri kar ılamaktadır

Görü	Mü teriler				letme çalı anları			
	f	%	Ort. \bar{X}	s	f	%	Ort. \bar{X}	s
Kesinlikle Katılmıyorum	2	1,6	3,54	0,91	0	0	3,81	0,71
Katılmıyorum	16	13,1			7	7,2		
Kararsızım	30	24,6			14	14,7		
Katılıyorum	61	50,0			65	67,7		
Kesinlikle Katılıyorum	13	10,7			10	10,4		
Toplam	122	100			96	100		

“ letmede sunulan yiyecek-içecek hizmetleri beklentileri kar ılamaktadır” yargısına mü terilerin %1,6’sı “kesinlikle katılmıyorum”, %13,1’i “katılmıyorum”, %24,6’sı “kararsızım”, %50,0’ı “katılıyorum” ve %10,7’si ise “kesinlikle katılıyorum” yanıtını vermişlerdir. Mü terilerin verdikleri cevapların aritmetik ortalaması 3,54 ile olumlu bir e ilim göstermektedir.

Çalı anlardan ise, %7,2’si “katılmıyorum” %14,7’si “kararsızım”, %67,7’si “katılıyorum” ve %10,4’ü “kesinlikle katılıyorum” seçenekleri ile olumlu bir görüş bildirmişlerdir. Verilen cevapların aritmetik ortalaması 3,81 olarak hesaplanmış ve çalı anlar arasında bu konuda olumlu bir görüş birliği olduğu görülmü tür.

Tablo 31’e göre; i letmede sunulan yiyecek-içecek hizmetlerinin beklentileri kar ılayıp kar ılamadığı konusunda mü terilerle çalı anların birbirine yakın ve olumlu cevaplar vermiş oldukları gözlemlenmektedir. Buradan Kızılcahamam’da faaliyet gösteren termal turizm i letmelerinin yiyecek-içecek hizmetlerinin beklentileri kar ılama konusunda yeterli olduğu sonucuna varılmış tır.

Tablo 32: letmenin kurulu yeri ula ım açısından uygundur

Görü	Mü teriler				letme Çalı anları			
	f	%	Ort. \bar{X}	s	f	%	Ort. \bar{X}	s
Kesinlikle Katılmıyorum	10	8,2	3,47	1,15	3	3,1	3,60	0,98
Katılmıyorum	18	14,8			11	11,4		
Kararsızım	16	13,1			22	22,9		
Katılıyorum	60	49,2			45	46,8		
Kesinlikle Katılıyorum	18	14,7			15	15,8		
Toplam	122	100			96	100		

“ letmenin kurulu yeri ula ım açısından uygundur” yargısına mü terilerin %8,2’si “kesinlikle katılmıyorum”, %14,8’i “katılmıyorum” yanıtı ile olumsuz görü bildirirken, %13,1’i “kararsızım”, %49,2’si “katılıyorum” ve %14,7’si ise “kesinlikle katılıyorum” yanıtını vermişlerdir. Mü terilerin verdikleri cevapların aritmetik ortalaması 3,47 ile “kararsızım” seçeneğine yakın olarak belirlenmiştir.

Aynı yargıya cevap veren çalı anlardan ise, %3,1’i “kesinlikle katılmıyorum” %11,4’ü “katılmıyorum”, %22,9’u “kararsızım”, %46,8’i “katılıyorum” ve %15,8’i “kesinlikle katılıyorum” seçenekleri ile ortalama olarak olumlu görü bildirmişlerdir. Buna göre verilen cevapların aritmetik ortalaması 3,60 olarak hesaplanmıştır.

Tablo 32’ye göre; Kızılcahamam’da ki termal turizm işletmelerinin kurulu yeri açısından uygun olup olmadığı konusunda mü terilerin çekimser kaldığı gözlemlenirken, çalı anların bu konuda biraz daha olumlu bir yaklaşım sergiledikleri görülmüştür. Ulaşım konusunun göreceli bir kavram olduğu ve çeşitlilik gösterdiği düşünüldüğünde bu konuda gösterilebilecek kararsızlıkların normal olduğu düşünülmektedir.

Tablo 33: letme çevresindeki sosyal alanlar yeterlidir

Görü	Mü teriler				letme Çalı anları			
	f	%	Ort. \bar{X}	s	f	%	Ort. \bar{X}	s
Kesinlikle Katılmıyorum	6	4,9	3,51	0,99	2	2,0	3,18	0,78
Katılmıyorum	17	13,9			9	9,3		
Kararsızım	17	13,9			61	63,5		
Katılıyorum	72	59,0			17	17,7		
Kesinlikle Katılıyorum	10	8,3			7	7,5		
Toplam	122	100			96	100		

“ letme çevresindeki sosyal alanlar yeterlidir” yargısına mü terilerin %4,9’u “kesinlikle katılmıyorum”, %13,9’u “katılmıyorum”, %13,9’u “kararsızım”, %59,0’ı “katılıyorum” ve %8,3’ü de “kesinlikle katılıyorum” yanıtını vermişlerdir. Mü terilerin verdikleri cevapların aritmetik ortalaması 3,51 ile “kararsızım” seçeneğine yakın bir oran olarak karşımıza çıkmaktadır.

Ankete katılan çalı anlardan ise aynı yargıya, %2,0’ı “kesinlikle katılmıyorum”, %9,3’ü “katılmıyorum”, %63,5’i “kararsızım”, %17,7’si “katılıyorum” ve %7,5’i “kesinlikle katılıyorum” ekinde görüş bildirmişlerdir. Buna göre verilen cevapların aritmetik ortalaması 3,18 olarak eklenmiştir.

Tablo 33’e göre; mü terilerin çoğunluğunun Kızılcahamam’da faaliyet gösteren termal turizm işletmelerinin çevresindeki sosyal alanların yeterli olduğunu düşünmesine sahip olduğunu gözlemlenirken, çalı anların büyük bir kısmının aynı konuda kararsız kaldıkları görülmüştür. Buradan, Kızılcahamam’ın Ankara’ya yakın olması ve bu nedenle sosyal olanaklarının gelişimi olabileceği sonucuna varılmıştır.

Tablo 34: letmede bo vakit geçirebilecek aktiviteler yeterlidir

Görü	Mü teriler				letme Çalı anları			
	f	%	Ort. \bar{X}	s	f	%	Ort. \bar{X}	s
Kesinlikle Katılmıyorum	5	4,1	3,52	0,97	1	1,0	3,50	0,78
Katılmıyorum	14	11,5			7	7,5		
Kararsızım	28	23,0			38	39,5		
Katılıyorum	62	50,8			43	44,5		
Kesinlikle Katılıyorum	13	10,6			7	7,5		
Toplam	122	100			96	100		

“ letmede bo vakit geçirebilecek aktiviteler yeterlidir” yargısına mü terilerin %4,1’i “kesinlikle katılmıyorum”, %11,5’i “katılmıyorum”, %23,0’ı “kararsızım”, %50,8’i “katılıyorum” ve %10,6’sı ise “kesinlikle katılıyorum” yanıtını vermişlerdir. Mü terilerin verdikleri cevapların aritmetik ortalaması 3,52 ile olumlu bir eğilim göstermektedir.

Çalışanlardan ise, %1,0’ı “kesinlikle katılmıyorum”, %7,5’i “katılmıyorum” %39,5’i “kararsızım”, %44,5’i “katılıyorum” ve %7,5’i “kesinlikle katılıyorum” seçenekleri ile olumlu bir görüş bildirmişlerdir. Verilen cevapların aritmetik ortalaması 3,50 olarak hesaplanmış ve çalışanlar arasında bu konuda olumlu bir görüş birliği olduğu görülmüştür.

Tablo 34’e göre; işletmede boş vakit geçirebilecek aktivitelerin yeterli olup olmadığı konusunda hem mü terilerin, hem de çalışanların büyük bir bölümü olumlu görüş bildirmişlerdir. Buradan çıkarılacak sonuç; Kızılcahamam’da faaliyet gösteren termal turizm işletmelerinin boş vakit geçirebilecek aktiviteler sunabilme açısından yeterli olduğu şeklinde yorumlanabilir.

Tablo 35: letme talep edilen hizmetleri zamanında sunma konusunda yeterlidir

Görü	Mü teriler				letme Çalı anları			
	f	%	Ort. \bar{X}	s	f	%	Ort. \bar{X}	s
Kesinlikle Katılmıyorum	3	2,4	3,48	0,90	0	0	3,96	0,80
Katılmıyorum	13	10,7			5	5,2		
Kararsızım	40	32,8			17	17,7		
Katılıyorum	54	44,3			50	52,0		
Kesinlikle Katılıyorum	12	9,8			24	25,1		
Toplam	122	100			96	100		

“ letme talep edilen hizmetleri zamanında sunma konusunda yeterlidir” yargısına mü terilerin %2,4’ü “kesinlikle katılmıyorum”, %10,7’si “katılmıyorum” yanıtı ile olumsuz görü bildirirken, %32,8’i “kararsızım”, %44,3’ü “katılıyorum” ve %9,8’i ise “kesinlikle katılıyorum” yanıtını vermişlerdir. Mü terilerin verdikleri cevapların aritmetik ortalaması 3,48 olarak belirlenmiştir.

Aynı yargıya cevap veren çalı anlardan ise, %5,2’si “katılmıyorum”, %17,7’si “kararsızım”, %52,0’ı “katılıyorum” ve %25,1’i “kesinlikle katılıyorum” seçenekleri ile a ırlıklı olarak olumlu görü bildirmişlerdir. Buna göre; verilen cevapların aritmetik ortalaması 3,96 olarak hesaplanmıştır.

Tablo 35’e göre; Kızılcahamam’da ki termal turizm işletmelerinin talep edilen hizmetleri zamanında sunma konusunda mü teriler ile çalı anların birbirine yakın cevaplar vermiş olması ile birlikte, çalı anların mü terilere oranla bu yargıya daha olumlu cevap vermiş olmalarına bağlı olarak çalı anların işletmelerini ve kendilerini koruma güdüsü ile hareket etmiş olmaları sonucuna varılmıştır.

Tablo 36: letmede çalı an personelin davranı ları saygılıdır

Görü	Mü teriler				letme Çalı anları			
	f	%	Ort. \bar{X}	s	f	%	Ort. \bar{X}	s
Kesinlikle Katılmıyorum	1	0,8	3,88	0,79	0	0	4,19	0,67
Katılmıyorum	8	6,6			3	3,1		
Kararsızım	16	13,1			5	5,2		
Katılıyorum	76	62,3			58	60,5		
Kesinlikle Katılıyorum	21	17,2			30	31,2		
Toplam	122	100			96	100		

“ letmede çalı an personelin davranı ları saygılıdır” yargısına mü terilerin %0,8’i “kesinlikle katılmıyorum”, %6,6’sı “katılmıyorum”, %13,1’i “kararsızım”, %62,3’ü “katılıyorum” ve %17,2’si de “kesinlikle katılıyorum” yanıtını vermişlerdir. Mü terilerin verdikleri cevapların aritmetik ortalaması 3,88 ile “katılıyorum” seçeneğine yakın bir oran olarak karşımıza çıkmaktadır.

Ankete katılan çalı anlardan ise aynı yargıya, %3,1’i “katılmıyorum”, %5,2’si “kararsızım”, %60,5’i “katılıyorum” ve %31,2’si “kesinlikle katılıyorum” şeklinde görüş bildirmişlerdir. Buna göre verilen cevapların aritmetik ortalaması 3,18 ile anlamlı bir şekilde olumlu olarak değerlendirilmiştir.

Tablo 36’ya göre; mü teriler ve çalı anlar ile letmede çalı an personelin saygılı olup olmadığı konusunda büyük bir anlamlı şekilde olumlu görüş bildirirken, çalı anların mü terilere göre daha fazla olumlu görüş sundukları gözlemlenmektedir. Buradan hareketle Kızılcahamam’da faaliyet gösteren termal turizm işletmelerinde çalı an personelin saygılı olduğu ve bu konuda kendilerine güvendikleri sonucuna varılmıştır.

Tablo 37: İletme, misafirler ile sağlıklı iletişim kurma konusunda yeterlidir

Görü	Müşteriler				İletme Çalışanları			
	f	%	Ort. \bar{X}	s	f	%	Ort. \bar{X}	s
Kesinlikle Katılmıyorum	0	0	3,82	0,77	0	0	4,09	0,52
Katılmıyorum	8	6,5			0	0		
Kararsızım	25	20,5			9	9,4		
Katılıyorum	69	56,6			69	71,8		
Kesinlikle Katılıyorum	20	16,4			18	18,8		
Toplam	122	100			96	100		

“ İletme, misafirler ile sağlıklı iletişim kurma konusunda yeterlidir” yargısına müşterilerin %6,5’i “katılmıyorum”, %20,5’i “kararsızım”, %56,6’sı “katılıyorum” ve %16,4’ü ise “kesinlikle katılıyorum” yanıtını vermişlerdir. Müşterilerin verdikleri cevapların aritmetik ortalaması 3,82 ile oldukça olumlu bir eğilim göstermektedir.

Çalışanlardan ise, %9,4’ü “kararsızım”, %71,8’i “katılıyorum” ve %18,8’i “kesinlikle katılıyorum” seçenekleri ile oldukça yüksek bir seviyede olumlu görüş bildirmişlerdir. Buna bağlı olarak verilen cevapların aritmetik ortalaması 4,09 olarak hesaplanmıştır.

Tablo 37’ye göre; işletmenin misafirler ile sağlıklı iletişim kurmada yeterli olup olmadığı konusunda hem müşterilerin, hem de çalışanların büyük bir bölümü olumlu görüş bildirmişlerdir. Buradan çıkarılacak sonuç ise Kızılcahamam’da faaliyet gösteren termal turizm işletmelerinin misafirleri ile sağlıklı iletişim kurabilme açısından son derece yeterli olduğu şeklinde yorumlanmıştır.

Tablo 38: İletme, misafirlere karşı dürüst davranmaktadır

Görü	Mü teriler				İletme Çalı anları			
	f	%	Ort. \bar{X}	s	f	%	Ort. \bar{X}	s
Kesinlikle Katılmıyorum	3	2,5	3,72	0,91	0	0	4,28	0,62
Katılmıyorum	9	7,4			2	2,0		
Kararsızım	27	22,1			3	3,1		
Katılıyorum	63	51,6			57	59,6		
Kesinlikle Katılıyorum	20	16,4			34	35,3		
Toplam	122	100			96	100		

“ İletme, misafirlere karşı dürüst davranmaktadır” yargısına mü terilerin %2,5’i “kesinlikle katılmıyorum”, %7,4’ü “katılmıyorum” yanıtı ile olumsuz görü bildirirken, %22,1’i “kararsızım”, %51,6’sı “katılıyorum” ve %16,4’ü ise “kesinlikle katılıyorum” yanıtını vermişlerdir. Mü terilerin verdikleri cevapların aritmetik ortalaması 3,72 olarak belirlenmiştir. Bu da mü terilerin belirtilen yargı hakkında, genel olarak olumlu dü üncelere sahip olduğunu göstermektedir.

Aynı yargıya cevap veren çalı anlardan ise, %2,0’ı “katılmıyorum”, %3,1’i “kararsızım”, %59,6’sı “katılıyorum” ve %35,3’ü “kesinlikle katılıyorum” seçenekleri ile a ırlıklı olarak olumlu görü bildirmişlerdir. Buna göre verilen cevapların aritmetik ortalaması 4,28 olarak hesaplanmıştır.

Tablo 38’e göre; Kızılcahamam’da faaliyet gösteren termal turizm i letmelerinin misafirlere karşı dürüst davranıp davranmadığı konusunda mü teriler ile çalı anların birbirine yakın cevaplar verdikleri görülebilmektedir. Buna göre i letmelerin misafirlerine dürüst davranma konusunda duyarlı olduğunu ve çalı anların mü terilere oranla bu yargıya daha olumlu cevap vererek kendilerini ve i letmelerinin saygınlığını koruma güdüsü ile hareket etmiş olmaları sonucuna varılmıştır.

Tablo 39: letmede bulunan güvenlik önlemleri yeterlidir

Görü	Mü teriler				letme Çalı anları			
	f	%	Ort. \bar{X}	s	f	%	Ort. \bar{X}	s
Kesinlikle Katılmıyorum	4	3,3	3,57	0,97	0	0	3,91	0,89
Katılmıyorum	13	10,6			11	11,4		
Kararsızım	32	26,2			9	9,3		
Katılıyorum	55	45,1			53	55,4		
Kesinlikle Katılıyorum	18	14,8			23	23,9		
Toplam	122	100			96	100		

“ letmede bulunan güvenlik önlemleri yeterlidir” yargısına mü terilerin %3,3’ü “kesinlikle katılmıyorum”, %10,6’sı “katılmıyorum”, %26,2’si “kararsızım”, %45,1’i “katılıyorum” ve %14,8’i de “kesinlikle katılıyorum” yanıtını vermişlerdir. Mü terilerin verdikleri cevapların aritmetik ortalaması 3,57 ile ortalama açısından olumlu sunulan görüşler olarak karşımıza çıkmaktadır.

Ankete katılan çalışanlardan ise aynı yargıya, %11,4’ü “katılmıyorum”, %9,3’ü “kararsızım”, %55,4’ü “katılıyorum” ve %23,9’u “kesinlikle katılıyorum” şeklinde görüş bildirmişlerdir. Buna göre verilen cevapların aritmetik ortalaması 3,91 ile genel anlamda olumlu olarak değerlendirilmiştir.

Tablo 39’a göre; mü teriler ve çalışanlar ile letmede bulunan güvenlik önlemlerinin yeterli olup olmadığı konusunda genel anlamda olumlu görüş bildirirken, çalışanların mü terilere göre daha fazla olumlu görüş sundukları gözlemlenmektedir. Buna göre Kızılcahamam’da faaliyet gösteren termal turizm işletmelerinde bulunan güvenlik önlemlerinin yeterli seviyede olduğu ve bu işletmelerin güvenlik konusunda kendilerine güvendikleri kanısına ulaşılmıştır.

5.5.4. Mü terilerin Kişisel Özelliklerinin Boyutlara Göre Karşılaştırılması

Tablo 40: Boyutların Ya a Göre Karşılaştırılması

BOYUTLAR	Ya	n	Ort. \bar{X}	s	F	p	Fark (Tukey Testi)
H HJYEN	a-16-25	11	3,40	0,40	0,81	0,49	-
	b-26-35	21	3,35	0,71			
	c-36-45	36	3,24	0,95			
	d-46 ve üzeri	54	3,51	0,81			
F FİYAT	a-16-25	11	2,98	0,81	4,15	0,00	a-c, c-d
	b-26-35	21	3,38	0,83			
	c-36-45	36	3,73	0,74			
	d-46 ve üzeri	54	3,20	0,81			
H HİZMET KALİTESİ	a-16-25	11	3,56	50	0,07	0,97	-
	b-26-35	21	3,57	65			
	c-36-45	36	3,61	74			
	d-46 ve üzeri	54	3,55	55			

Tablo 40'ta; Kızılcahamam'da faaliyet gösteren termal turizm işletmelerini tercih eden müşterilerin "hijyen", "fiyat" ve "hizmet kalitesi" boyutlarında sunulan yargılara ilişkin belirttikleri görüşlerin, buldukları yaş grubuna göre, anlamlı düzeyde bir farklılık gösterip göstermediğine ilişkin, bağımsız örneklem için yapılan tek faktörlü Anova testi (F testi) kullanılarak elde edilen analiz sonuçları yer almaktadır. Ayrıca, anlamlı bir farklılık söz konusu ise, bu farklılığın ne yönde olduğu da araştırma kapsamında yorumlanmaktadır. Belirtilen bu hususlar göz önüne alınarak Tablo 40'tan elde edilen veriler incelendiğinde aşağıdaki sonuçlara ulaşılmaktadır.

Ankete katılan müşterilere yöneltilen 25 ayrı yargının gruplandırılması ile oluşturulan "hijyen", "fiyat" ve "hizmet kalitesi" boyutlarına verilen cevaplar incelendiğinde; hijyen (F=0,81 ve p=0,49>0,05) ve hizmet kalitesi (F=0,07 ve p=0,97>0,05) boyutlarında, yaş gruplarına göre verilen cevaplar arasında anlamlı bir farklılık bulunmadığı tespit edilmiştir. Diğer taraftan fiyat (F=4,15 ve p=0,00<0,05) boyutunda ise yaş gruplarına bağlı olarak verilen cevaplar arasında anlamlı farklılıklar olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Sonuç olarak; mü terilerin farklı yaş gruplarında olmalarının hijyen ve hizmet kalitesi boyutlarına verdikleri cevaplar üzerinde herhangi bir etkisinin olmadığı görülmektedir. Tablo 40'taki veriler incelendiğinde de iki yaş gruplarındaki mü terilerin bahsi geçen boyutlara verdikleri cevapların ortalamalarının birbirine çok yakın değerler olarak karşımıza çıktığı görülmektedir. Ancak fiyat boyutunda ise, iki yaş grubunda yer alan mü terilerin verdiği cevaplar arasında anlamlı farklılıklar olduğu görülebilmektedir. Bu farklılıkların hangi yaş grupları arasında ortaya çıktığını belirlemek üzere fark (Tukey) testi uygulanmıştır. Buna göre 16-25 yaş grubunun fiyat konusunda kararsız kaldığı gözlenirken ($\bar{X}=2,98$), 36-45 yaş grubunun fiyat konusunu önemsendiği ve fiyatların uygunluğu konusunda olumlu cevaplar verdiği ($\bar{X}=3,73$) sonucuna ulaşılmıştır. 16-25 yaş grubundaki mü terilerin kendi paralarını kendilerinin kazanmıyor olma ihtimalinin bu duruma sebep olduğu yorumuna varılabilir. Ayrıca 46 ve üzeri yaş grubunda yer alan mü terilerin fiyat konusunda ($\bar{X}=3,20$), 36-45 yaş grubuna ($\bar{X}=3,73$) göre daha kararsız kalma eğilimi gösterdiği, ulaşılan bir diğer sonuçtur. Bunun sebebi ise, 46 ve üzeri yaş grubundaki mü terilerin emekli olmaları ihtimaline bağlı olarak, paralarını harcarken dikkatli davranmaları olarak yorumlanabilir.

Tablo 41: Boyutların Cinsiyete Göre Karşılaştırılması

BOYUTLAR	Cinsiyet	n	Ort	s	t	P
H HJYEN	a-Bay	71	3,43	0,80	0,68	0,49
	b-Bayan	51	3,33	0,83		
FİYAT	a-Bay	71	3,45	0,88	1,20	0,22
	b-Bayan	51	3,26	0,73		
HİZMET KALİTESİ	a-Bay	71	3,66	0,58	1,91	0,05
	b-Bayan	51	3,45	0,65		

Tablo 41'de, ankete katılan mü terilerin "hijyen", "fiyat" ve "hizmet kalitesi" boyutlarında sunulan yargılara ilişkin belirttikleri görüşlerin, cinsiyetlerine göre anlamlı düzeyde bir farklılık gösterip göstermediğine ilişkin, bağımsız örneklem için yapılan t testi sonuçları yer almaktadır.

Yapılan analiz sonucunda, mü terilerin cinsiyetlerine göre “hijyen” ($t=-0,68$ ve $p=0,49>0,05$), “fiyat” ($t=-1,20$ ve $p=0,22>0,05$) ve “hizmet kalitesi” ($t=-1,91$ ve $p=0,05=0,05$) boyutlarına verdikleri cevaplara ili kin istatistiki veriler incelendi inde; aralarında anlamlı bir farklılık bulunmadı ı tespit edilmi tir. Tablo 41’deki veriler incelendi inde de bay ve bayan mü terilerin bahsi geçen boyutlara verdikleri cevaplara ili kin ortalamaların birbirine çok yakın de erler oldu u görülmektedir. Sonuç olarak; mü terilerin bay veya bayan olmalarının hijyen, fiyat ve hizmet kalitesi boyutlarına verdikleri cevaplar üzerinde herhangi bir etkisinin olmadı ı görülmektedir.

Tablo 42: Boyutların E itim Düzeyine Göre Kar ıla tırılması

BOYUTLAR	E itim	n	Ort. \bar{X}	s	F	p	Fark (Tukey Testi)
H JYEN	a- lkö retim	10	3,22	0,82	0,80	0,49	-
	b-Lise	66	3,32	0,85			
	c-Üniversite	34	3,55	0,63			
	d-Y.L. ve üzeri	12	3,50	1,03			
F YAT	a- lkö retim	10	3,39	0,80	1,08	0,35	-
	b-Lise	66	3,14	0,79			
	c-Üniversite	34	3,45	0,82			
	d-Y.L. ve üzeri	12	3,40	1,05			
H ZMET KAL TES	a- lkö retim	10	3,55	0,44	1,21	0,30	-
	b-Lise	66	3,58	0,59			
	c-Üniversite	34	3,67	0,62			
	d-Y.L. ve üzeri	12	3,27	0,82			

Tablo 42’de Kızılcahamam’da faaliyet gösteren termal turizm i letmelerini tercih eden mü terilerin “hijyen”, “fiyat” ve “hizmet kalitesi” boyutlarında sunulan yargılara ili kin belirttikleri görü lerin, buldukları e itim düzeyine göre, anlamlı düzeyde bir farklılık gösterip göstermedi ine ili kin, ba ımsız örneklem için yapılan tek faktörlü Anova testi (F testi) kullanılarak elde edilen analiz sonuçları yer almaktadır.

Mü terilere yöneltilen “hijyen”, “fiyat” ve “hizmet kalitesi” boyutlarına ili kin yargılara sunulan görü ler incelendi inde; hijyen ($F=0,80$ ve $p=0,49>0,05$), fiyat ($F=1,08$ ve $p=0,35>0,05$) ve hizmet kalitesi ($F=1,21$ ve $p=0,30>0,05$)

boyutlarında, e itim düzeylerine göre verilen cevaplar arasında anlamlı bir farklılık bulunmadığı tespit edilmiştir. Sonuç olarak mü terilerin farklı e itim düzeylerinde olmalarının hijyen, fiyat ve hizmet kalitesi boyutlarına ilişkin belirttikleri görüşler üzerinde herhangi bir etkisinin olmadığı görülmektedir. Tablo 42’deki veriler incelendiğinde de de i ik e itim düzeyindeki mü terilerin bahsi geçen boyutlara verdikleri cevaplara ilişkin ortalamaların birbirine çok yakın değerler olduğu görülebilmektedir.

Tablo 43: Boyutların Mesle e Göre Kar ıla tırılması

BOYUTLAR	Meslek	n	Ort. \bar{X}	s	F	p	Fark (Tukey Testi)
H JYEN	a-Memur	32	3,40	0,85	1,56	0,17	-
	b- ç i	14	3,65	0,86			
	c-Emekli	30	3,61	0,76			
	d-Serbest	29	3,09	0,76			
	e-Ö renci	5	3,32	0,46			
	f-Di er	12	3,30	0,91			
F YAT	a-Memur	32	3,23	0,83	2,26	0,05	-
	b- ç i	14	3,60	0,81			
	c-Emekli	30	3,26	0,79			
	d-Serbest	29	3,66	0,79			
	e-Ö renci	5	2,56	0,53			
	f-Di er	12	3,40	0,89			
H ZMET KAL TES	a-Memur	32	3,40	0,68	0,79	0,55	-
	b- ç i	14	3,57	0,59			
	c-Emekli	30	3,64	0,49			
	d-Serbest	29	3,67	0,72			
	e-Ö renci	5	3,52	0,27			
	f-Di er	12	3,66	0,56			

Tablo 43’te Kızılcahamam’da faaliyet gösteren termal turizm işletmelerini tercih eden mü terilerin “hijyen”, “fiyat” ve “hizmet kalitesi” boyutlarında sunulan yargılara ilişkin belirttikleri görüşlerin, buldukları meslek grubuna göre, anlamlı düzeyde bir farklılık gösterip göstermediğine ilişkin, ba ımsız örneklem için yapılan tek faktörlü Anova testi (F testi) kullanılarak elde edilen analiz sonuçları yer almaktadır.

Mü terilere yöneltilen “hijyen”, “fiyat” ve “hizmet kalitesi” boyutlarına ilişkin yargılara sunulan görüşler incelendi inde; hijyen ($F=1,56$ ve $p=0,17>0,05$), fiyat ($F=2,26$ ve $p=0,05=0,05$) ve hizmet kalitesi ($F=0,79$ ve $p=0,55>0,05$) boyutlarında, meslek gruplarına göre verilen cevaplar arasında anlamlı bir farklılık bulunmadığı tespit edilmiştir. Sonuç olarak mü terilerin farklı meslek gruplarında olmalarının hijyen, fiyat ve hizmet kalitesi boyutlarına ilişkin belirttikleri görüşler üzerinde herhangi bir etkisinin olmadığı görülmektedir.

Tablo 44: Boyutların Gelir Düzeyine Göre Karşılaştırılması

BOYUTLAR	Aylık Gelir	n	Ort. \bar{X}	s	F	p	Fark (Tukey Testi)
HİJYEN	a-500 YTL'den az	6	3,26	0,43	0,37	0,86	-
	b-500-999 YTL	38	3,53	0,82			
	c-1000-1499 YTL	36	3,35	0,81			
	d-1500-1999	13	3,43	0,93			
	e-2000-2499	17	3,30	0,80			
	f-2500 YTL'den fazla	12	3,25	0,90			
FİYAT	a-500 YTL'den az	6	2,53	0,48	7,54	0,00	a-e, a-f, e-b, f-b
	b-500-999 YTL	38	2,95	0,75			
	c-1000-1499 YTL	36	3,44	0,77			
	d-1500-1999	13	3,52	0,90			
	e-2000-2499	17	3,92	0,48			
	f-2500 YTL'den fazla	12	3,95	0,75			
HİZMET KALİTESİ	a-500 YTL'den az	6	3,48	0,25	0,82	0,53	-
	b-500-999 YTL	38	3,59	0,53			
	c-1000-1499 YTL	36	3,45	0,70			
	d-1500-1999	13	3,54	0,71			
	e-2000-2499	17	3,69	0,65			
	f-2500 YTL'den fazla	12	3,82	0,57			

Tablo 44’te Kızılcahamam’da faaliyet gösteren termal turizm işletmelerini tercih eden mü terilerin “hijyen”, “fiyat” ve “hizmet kalitesi” boyutunda sunulan yargılara ilişkin belirttikleri görüşlerin, buldukları gelir grubuna göre, anlamlı düzeyde bir farklılık gösterip göstermediğine ilişkin, bağımsız örneklem için yapılan tek faktörlü Anova testi (F testi) kullanılarak elde edilen analiz sonuçları yer almaktadır. Ayrıca, anlamlı bir farklılık söz konusu ise, bu farklılığın ne yönde

oldu u da ara tırma kapsamında yorumlanmaktadır. Belirtilen bu hususlar göz önüne alınarak Tablo 44'ten elde edilen veriler incelendi inde, a a ıdaki sonuçlara ula ılmaktadır.

Ankete katılan mü terilere yöneltilen 25 ayrı yargının gruplandırılması ile olu turulan “hijyen”, “fiyat” ve “hizmet kalitesi” boyutlarına verilen cevaplar incelendi inde; hijyen ($F=0,37$ ve $p=0,86>0,05$) ve hizmet kalitesi ($F=0,82$ ve $p=0,53>0,05$) boyutlarında, gelir gruplarına göre verilen cevaplar arasında anlamlı bir farklılık bulunmadı ı tespit edilmi tir. Di er taraftan fiyat ($F=7,54$ ve $p=0,00<0,05$) boyutunda ise gelir gruplarına ba lı olarak verilen cevaplar arasında anlamlı farklılıklar oldu u sonucuna ula ılmı tır.

Mü terilerin farklı gelir gruplarında olmalarının hijyen ve hizmet kalitesi boyutlarına verdikleri cevaplar üzerinde herhangi bir etkisinin olmadı ı görülmektedir. Ancak fiyat boyutunda ise, farklı gelir grubunda yer alan mü terilerin verdi i cevaplar arasında anlamlı farklılıklar oldu u görülebilmektedir. Bu farklılıkların hangi gelir grupları arasında ortaya çıktı nı belirlemek üzere fark (Tukey) testi uygulanmı tır. Buna göre 500 YTL'den az gelire sahip olanlar fiyatların uygun oldu u yargısına katılmazken ($\bar{X}=2,53$), 2000-2499 YTL arasında gelire sahip olanlar ($\bar{X}=3,92$) ile 2500 YTL'den fazla gelire sahip olanların ($\bar{X}=3,95$) fiyatların uygunlu u yargısına katıldı ı sonucuna ula ılmı tır. Ayrıca di er gelir grupları arasında da bir önceki cümlede belirtilen yönde anlamlı düzeyde farklılıklar görülebilmektedir. Bunun sebebi ise, yüksek gelir grubunda yer alan mü terilerin, alt gelir grubunda yer alan mü terilere göre daha yüksek alım gücüne sahip olmaları ve bu yüzden de fiyat konusunu çok fazla önemsememeleridir yorumu yapılabilir.

Tablo 45: Boyutların Geli Sebebine Göre Kar ıla tırılması

BOYUTLAR	Geli Sebebi	n	Ort. \bar{X}	s	F	P	Fark (Tukey Testi)
H JYEN	a-Tatil	46	3,43	0,73	0,08	0,91	-
	b-Sa lık	69	3,37	0,90			
	c-Di er	7	3,34	0,41			
F YAT	a-Tatil	46	3,51	0,83	2,03	0,13	-
	b-Sa lık	69	3,32	0,83			
	c-Di er	7	2,88	0,64			
H ZMET KAL TES	a-Tatil	46	3,65	0,62	1,01	0,36	-
	b-Sa lık	69	3,50	0,64			
	c-Di er	7	3,72	0,28			

Tablo 45'te, mü terilerin “hijyen”, “fiyat” ve “hizmet kalitesi” boyutlarında sunulan yargılara ili kin belirttikleri görü lerin arasında, termal tesise geli sebebine göre, anlamlı düzeyde bir farklılık bulunup bulunmadı na ili kin, ba ımsız örneklemeler için yapılan tek faktörlü Anova testi (F testi) kullanılarak elde edilen analiz sonuçları yer almaktadır.

Mü terilerin, “hijyen”, “fiyat” ve “hizmet kalitesi” boyutlarına göre hazırlanan yargılara ili kin sundukları görü ler incelendi inde; hijyen (F=0,08 ve p=0,91>0,05), fiyat (F=2,03 ve p=0,13>0,05) ve hizmet kalitesi (F=1,01 ve p=0,36>0,05) boyutlarında, termal tesise geli sebeplerine göre verilen cevaplar arasında anlamlı bir farklılık bulunmadı ı tespit edilmi tir. Sonuç olarak mü terilerin farklı sebeplerle termal tesislere gelmi olmalarının hijyen, fiyat ve hizmet kalitesi boyutlarına ili kin belirttikleri görü ler üzerinde herhangi bir etkisinin olmadı ı görülmektedir.

5.5.5. Çalı anların ve çalı tıkları letmelerle ilgili zelliklerinin Boyutlara Göre Kar ıla tırılması

Tablo 46: Boyutların letme Türüne Göre Kar ıla tırılması

BOYUTLAR	letme Türü	n	Ort. \bar{X}	s	F	P	Fark (Tukey Testi)
H JYEN	a-Otel	52	4,06	0,51	3,35	0,03	a-c,
	b-Pansiyon	4	4,20	0,23			
	c-Tatil Köyü	40	4,32	0,42			
F YAT	a-Otel	52	3,40	0,66	9,90	0,00	a-b, b-c,
	b-Pansiyon	4	4,70	0,11			
	c-Tatil Köyü	40	3,70	0,53			
H ZMET KAL TES	a-Otel	52	3,82	0,38	1,68	0,19	-
	b-Pansiyon	4	3,93	0,23			
	c-Tatil Köyü	40	3,97	0,41			

Tablo 46’da Kızılcahamam’da faaliyet gösteren termal turizm i letmelerinde çalı anların “hijyen”, “fiyat” ve “hizmet kalitesi” boyutunda sunulan yargılara ili kin belirttikleri görülerin, çalı tıkları i letme türüne göre, anlamlı düzeyde bir farklılık gösterip göstermedi ine ili kin, ba ımsız örneklemler için yapılan tek faktörlü Anova testi (F testi) kullanılarak elde edilen analiz sonuçları yer almaktadır. Ayrıca, anlamlı bir farklılık söz konusu ise, bu farklılı ın ne yönde oldu u da ara tırma kapsamında yorumlanmaktadır. Belirtilen bu hususlar göz önüne alınarak Tablo 46’dan elde edilen veriler incelendi inde ise a a ıdaki sonuçlara ula ılmaktadır.

Ankete katılan mterilere yöneltilen 25 ayrı yargının gruplandırılması ile olu turulan “hijyen”, “fiyat” ve “hizmet kalitesi” boyutlarına verilen cevaplar incelendi inde; hijyen (F=3,35 ve p=0,03<0,05) ve fiyat (F=9,90 ve p=0,00<0,05) boyutlarında, i letme türüne göre verilen cevaplar arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmi tir. Di er taraftan hizmet kalitesi (F=1,68 ve p=0,19>0,05) boyutunda ise i letme türüne ba lı olarak verilen cevaplar arasında anlamlı bir farklılık olmadı ı sonucuna varılmı tir.

Sonuç olarak; çalı anların, çalı tıkları i letme türüne göre hizmet kalitesi boyutuna verdikleri cevaplar üzerinde herhangi bir etkisinin olmadı ı görülmektedir. Tablo 46’daki veriler incelendi inde de farklı i letme trlerinde çalı anların hizmet

kalitesi boyutumuna verdikleri cevaplara ilişkin ortalamaların birbirine çok yakın değerler olduğu görülmektedir. Ancak hijyen ve fiyat boyutunda, farklı işletmelerde görev alan çalışanların verdiği cevaplar arasında anlamlı farklılıklar olduğu görülmektedir. Bu farklılıkların hangi işletme türleri arasında ortaya çıktığını belirlemek üzere fark (Tukey) testi uygulanmıştır. Buna göre otel çalışanlarının hijyen konusunda “katılıyorum” dediği gözlenirken ($\bar{X}=4,06$), tatil köyü çalışanlarının hijyen konusunu daha fazla önemsendiği ve hijyen boyutundaki olumlu yargılara genelde “kesinlikle katılıyorum” şeklinde cevap verdiği ($\bar{X}=4,32$) sonucuna ulaşılmıştır. Buradan tatil köyü çalışanlarının otel çalışanlarına nazaran hijyen konusunda kendilerine ve işletmelerine daha fazla güvendiği sonucuna ulaşılabilmektedir. Ayrıca pansiyon çalışanları fiyat konusunda yöneltilecek olumlu yargılara büyük bir ağırlıkla katılırken ($\bar{X}=4,70$), otel ($\bar{X}=3,40$) ve tatil köyü ($\bar{X}=3,70$) çalışanlarının daha çok “katılıyorum” şeklinde cevap verdikleri görülmektedir. Böyle bir farklılığın ortaya çıkmasının sebebi; ankete katılan pansiyon çalışanlarının sayısının çok az olması ve bu yüzden ortalamaların çok yüksek çıkmasındandır.

Tablo 47: Boyutların Belge Türüne Göre Karşılaştırılması

BOYUTLAR	Belge Türü	n	Ort	s	t	p
HİJYEN	a-Bakanlık Belgeli	89	4,19	0,48	1,03	0,30
	b-Belediye Belgeli	7	4,00	0,34		
FİYAT	a-Bakanlık Belgeli	89	3,51	0,62	3,91	0,00
	b-Belediye Belgeli	7	4,45	0,45		
HİZMET KALİTESİ	a-Bakanlık Belgeli	89	3,90	0,38	1,21	0,22
	b-Belediye Belgeli	7	3,71	0,43		

Tablo 47’de, ankete katılan çalışanların “hijyen”, “fiyat” ve “hizmet kalitesi” boyutlarında sunulan yargılara ilişkin belirttikleri görüşlerin, çalışanların işletmenin belge türüne göre anlamlı düzeyde bir farklılık gösterip göstermediğine ilişkin, bağımsız örneklem için yapılan t testi sonuçları yer almaktadır.

Yapılan analiz sonucunda çalışanların, çalışanların işletmenin belge türüne göre “hijyen” ($t=-1,03$ ve $p=0,30>0,05$), “hizmet kalitesi” ($t=-1,21$ ve $p=0,22>0,05$) boyutlarına verdikleri cevaplara ilişkin istatistiksel veriler incelendiğinde; aralarında anlamlı bir farklılık bulunmadığı tespit edilmiştir. Tablo 47’deki veriler incelendiğinde bakanlık belgeli işletmelerde çalışanlar ile belediye belgeli tesislerde

çalışanların bahsi geçen boyutlara verdikleri cevaplara ilişkin ortalamaların birbirine çok yakın değerler olduğu görülmektedir. Sonuç olarak çalışanların işletmelerinin bakanlık veya belediye belgeli olmasının, hijyen ve hizmet kalitesi boyutlarına verdikleri cevaplar üzerinde herhangi bir etkisinin olmadığı görülmektedir. Buna karşılık “fiyat” boyutunda ($t=-3,91$ ve $p=0,00<0,05$) bakanlık belgeli işletmelerde çalışanlar ile belediye belgeli işletmelerde çalışanların verdikleri yanıtlar arasında anlamlı bir farklılık olduğu gözlemlenmektedir. Elde edilen veriler incelendiğinde belediye belgeli işletmelerde çalışanların, bakanlık belgeli işletmelerde çalışanlara nazaran, fiyat konusundaki olumlu yargılara daha olumlu yanıtlar verildiği görülmektedir. Buradan, belediye belgeli işletmelerde sunulan hizmetlerin ücretlerinin bakanlık belgeli işletmelere göre daha düşük bir seviyede olduğu sonucuna varılmaktadır.

Tablo 48: Boyutların Faaliyet Süresine Göre Karşılaştırılması

BOYUTLAR	Faaliyet Süresi	n	Ort. \bar{X}	s	F	P	Fark (Tukey Testi)
HİJYEN	a-1-5 Yıl	40	4,32	0,42	4,12	0,01	a-c,
	b-6-10 Yıl	53	4,09	0,49			
	c-11-15 Yıl	3	3,73	0,30			
FİYAT	a-1-5 Yıl	40	3,70	0,53	2,71	0,07	-
	b-6-10 Yıl	53	3,46	0,71			
	c-11-15 Yıl	3	4,13	0,57			
HİZMET KALİTESİ	a-1-5 Yıl	40	3,97	0,41	3,35	0,03	a-c, b-c,
	b-6-10 Yıl	53	3,85	0,35			
	c-11-15 Yıl	3	3,42	0,50			

Tablo 48’de Kızılcahamam’da faaliyet gösteren termal turizm işletmelerinde çalışanların “hijyen”, “fiyat” ve “hizmet kalitesi” boyutunda sunulan yargılara ilişkin belirttikleri görüşlerin, görev aldıkları işletmelerin faaliyet süresine göre, anlamlı düzeyde bir farklılık gösterip göstermediğine ilişkin, bağımsız örneklem için yapılan tek faktörlü Anova testi (F testi) kullanılarak elde edilen analiz sonuçları yer almaktadır. Ayrıca, anlamlı bir farklılık söz konusu ise, bu farklılığın ne yönde olduğu da araştırma kapsamında incelenmektedir. Belirtilen bu hususlar göz önüne alınarak Tablo 48’den elde edilen veriler incelendiğinde aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır.

Termal turizm işletmelerinde çalışanlara yöneltilen yargıların gruplandırılması ile oluşturulan “hijyen”, “fiyat” ve “hizmet kalitesi” boyutlarına verilen cevaplar incelendiğinde; hijyen ($F=4,12$ ve $p=0,01<0,05$) ve hizmet kalitesi ($F=3,35$ ve $p=0,03<0,05$) boyutlarında, yaş gruplarına göre verilen cevaplar arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Diğer taraftan fiyat ($F=2,71$ ve $p=0,07>0,05$) boyutunda ise işletmelerin faaliyet sürelerine bağlı olarak verilen cevaplar arasında anlamlı bir farklılık olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Sonuç olarak; işletmelerin farklı faaliyet sürelerine sahip olmalarının fiyat boyutuna verilen cevaplar üzerinde herhangi bir etkisinin olmadığı görülmektedir. Tablo 48’deki veriler incelendiğinde de farklı faaliyet sürelerine sahip işletmelerde çalışanların fiyat boyutuna verdikleri cevaplara ilişkin ortalamaların birbirine yakın değerler olarak karşımıza çıktığı görülmektedir. Fakat, hijyen ve hizmet kalitesi boyutlarında, farklı faaliyet sürelerine sahip işletmelerde görev alan çalışanların verdiği cevaplar arasında anlamlı farklılıklar olduğu görülebilmektedir. Bu farklılıkların, çalışanların belirttiği diğer faaliyet süresine sahip işletmelerden hangileri arasında ortaya çıktığını belirlemek üzere fark (Tukey) testi uygulanmıştır. Buna göre 1-5 yıl arasında faaliyet süresine sahip işletmelerde çalışanların ($\bar{X}=4,32$) hijyen konusunda, 11-15 yıl arasında faaliyet süresine sahip işletmelerde çalışanlara ($\bar{X}=3,73$) oranla daha olumlu görüşler sunduğu gözlemlenmiştir. Bunun nedeni, uzun süredir faaliyet gösteren işletmelerde bazı demirbaş, ekipmanlar ile işletme binalarının daha bakımsız olması olarak yorumlanabilir. Ayrıca hizmet kalitesi boyutunda, 1-5 yıl ($\bar{X}=3,97$) ile 6-10 yıl ($\bar{X}=3,85$) arasında faaliyet süresine sahip işletmelerde çalışanların, 11-15 yıl ($\bar{X}=3,42$) arasında faaliyet süresine sahip işletmelerde çalışanlara oranla daha olumlu görüşler bildirdiği belirlenmiştir. Sonuç olarak 1-5 yıl ile 6-10 yıl arasında faaliyet süresine sahip işletmelerde çalışanların 11-15 yıl arasında faaliyet süresine sahip işletmelerde çalışanlara oranla, hizmet kalitesi ile ilgili konulara daha dikkat ettiği ve çalıştığı işletmeyi bu anlamda savunduğu düşünülmektedir.

Tablo 49: Boyutların Çalışanların Görevlerine Göre Karşılaştırılması

BOYUTLAR	Görev	n	Ort. \bar{X}	s	F	P	Fark (Tukey Testi)
H HJYEN	a-Üst Düzey Yönetici	17	4,45	0,48	4,06	0,02	a-b,
	b-Orta Düzey Yönetici	35	4,06	0,38			
	c-Ekip Elemanı	44	4,16	0,51			
F FİYAT	a-Üst Düzey Yönetici	17	3,77	0,62	1,83	0,16	-
	b-Orta Düzey Yönetici	35	3,65	0,61			
	c-Ekip Elemanı	44	3,45	0,68			
H HİZMET KALİTESİ	a-Üst Düzey Yönetici	17	3,98	0,37	0,58	0,55	-
	b-Orta Düzey Yönetici	35	3,85	0,38			
	c-Ekip Elemanı	44	3,87	0,41			

Tablo 49’da Kızılcahamam’da faaliyet gösteren termal turizm işletmelerinde çalışanların “hijyen”, “fiyat” ve “hizmet kalitesi” boyutlarında sunulan yargılara ilişkin belirttikleri görüşlerin, işletmedeki görevlerine göre, anlamlı düzeyde bir farklılık gösterip göstermediğine ilişkin, bağımsız örneklem için yapılan tek faktörlü Anova testi (F testi) kullanılarak elde edilen analiz sonuçları yer almaktadır. Ayrıca, anlamlı bir farklılık söz konusu ise, bu farklılığın ne yönde olduğunu da araştırma kapsamında incelenmektedir. Belirtilen bu hususlar göz önüne alınarak Tablo 49’dan elde edilen veriler incelendiğinde ise aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır.

Kızılcahamam’da faaliyet gösteren termal turizm işletmelerinde çalışanlara yöneltilen yargıların gruplandırılması ile oluşturulan “hijyen”, “fiyat” ve “hizmet kalitesi” boyutlarına verilen cevaplar incelendiğinde; hijyen (F=4,06 ve p=0,02<0,05) boyutunda, çalışanların işletmedeki görevlerine göre verilen cevaplar arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Diğer taraftan fiyat (F=1,83 ve p=0,16>0,05) ve hizmet kalitesi (F=0,58 ve p=0,55>0,05) boyutlarında ise çalışanların işletmedeki görevlerine bağlı olarak verilen cevaplar arasında anlamlı bir farklılık olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Sonuç olarak; çalışanların farklı görevlerde bulunmalarının, fiyat ve hizmet kalitesi boyutlarına verilen cevaplar üzerinde herhangi bir etkisinin olmadığı görülmektedir. Tablo 49’daki veriler incelendiğinde de farklı görevlere sahip çalışanların fiyat ve hizmet kalitesi boyutlarına verdikleri cevaplara ilişkin ortalamaların birbirine yakındır ve içerdiği görülebilmektedir. Fakat, hijyen boyutunda, farklı görevlere sahip çalışanların verdiği cevaplar arasında anlamlı

farklılıklar oldu u görülebilmektedir. Bu farklılıkların, hangi görevdeki çalı anlar arasında ortaya çıktığını belirlemek üzere fark (Tukey) testi uygulanmıştır. Buna göre üst düzey yöneticilerin ($\bar{X}=4,45$) hijyen konusunda, orta düzey yöneticilere ($\bar{X}=4,06$) oranla daha kararlı ve olumlu görüşler sundu u gözlemlenmiştir. Bunun nedeni, üst düzey yöneticilerin kendilerine yöneltilen hijyen boyutundaki yargılara, işletme politikalarını esas alarak cevap vermesi olabilir. Ayrıca, üst düzey yöneticilerin, orta düzey yöneticilere oranla operasyonel konulara daha düşük seviyede hakim olma ve uygulamadaki aksaklıkları görememe ihtimalleri de hijyen konusunda bu derece kararlı ve olumlu cevap vermelerinin bir diğer sebebidir.

SONUÇ

Alternatif turizm, dünya genelinde giderek artan bir şekilde yaygınlık kazanmaktadır. Dünyada yaşanan yeni teknolojiler ve doğal sistemler üzerindeki kirlenmeler, turizmde yeni yönelimlerin ortaya çıkmasında önemli bir faktör olmaktadır. Öte yandan sosyal ve ekonomik yaşamındaki tekdüzelik de alternatif turizm faaliyetlerine olan talebi arttırmaktadır. global turistlerin yeni yönelimlerinden birisi ve en önemlisi, alternatif turizm olarak isimlendirilir. alternatif turizm faaliyetleri incelendiği zaman çoğunlukla doğa ile ilgili olduğu görülmektedir.

Turist tüketim alışkanlıklarındaki yeni teknolojiler Türk turizmi üzerinde de etkisini göstermeye başlamış ve bundan dolayı da Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından bir dizi alternatif turizm çeşitlerinin geliştirilmesi için çalışmalar başlatılmıştır. Bu gelişmeler doğrultusunda Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yabancı turistlerin yaz aylarında deniz-kum-güneş arayışında tatillerini geçirdikleri klasik tatil anlayışına olan talebin, son yıllarda azaldığı, buna karşın doğa ile bütünleşen belirli ölçülerde doğa sporlarını kapsayan tatil geçirenlerin toplumsal değerleri, gelenek ve görenekleri ile bütünleşen tatile olan talebin arttığı gözlenmektedir.

Termal merkezler ve içmeler doğal spa merkezleri olarak Türkiye 'de çok eski yıllara dayanan geleneksel bir öneme sahiptir. Özellikle de Anadolu halkı arasında termal tedavi, yılın belli aylarında ilgi gören bir sayfiye kültürü durumundadır. dolayısıyla bu gelenek dışı talebin yanı sıra iç turizme yönelik olarak oldukça büyük talep potansiyelinin varlığını göstermektedir. Dünya turizm hareketlerinin son yıllardaki yönelimi alternatif turizm kaynaklarına yönelmektedir. Dünya Turizm Örgütü'nün 2010 yılına yönelik olarak gerçekleştirdiği araştırmalarda, önümüzdeki yıllarda turizm hareketlerinin alternatif turizm türleri üzerinde yoğunlaşacağını vurgulamaktadır. Bundan dolayı Türkiye'nin dünya turizminden hak ettiği yeri elde edebilmesi, ancak alternatif turizm türlerini teşvik etmesiyle mümkün olabilecektir. 'Deniz-kum-güneş'e dönük olarak uzun yıllardır

geli en talebin yönü, giderek alternatif kaynaklara yönelmektedir. Turizm Bakanlığı tarafından son bir-iki yılda yoğunlaştıran turizmi çeşitlendirme çalışmaları içerisinde alternatif turizm türleri ayrı bir yer tutmaktadır. Önümüzdeki yıllarda gerçekleştirilmekte olan çalışmalar devam ettirilebilirse, Türk turizmi ileriki yıllarda daha sağlam temellere kavuşabilecektir.

Araştırma incelendiğinde de anlaşılacağı üzere, termal kaynakların insan sağlığı açısından taşıdığı üstün nitelikler büyük önem taşımakta ve buna bağlı olarak da tüm dünyadaki insanlar tarafından büyük ilgi görmektedir. İnsanların bu kaynaklara ulaşabilmek için gerçekleştirdikleri seyahatler ve bu seyahatler sırasında talep ettikleri mal ve hizmetler ise, termal kaynakların turizm açısından ne denli büyük bir önem taşıdığını gözler önüne sermektedir. Bu bağlamda, gerekli yatırımlar yapıldığı takdirde termal turizm, hem elde edilecek gelir hem de alternatif turizmde sağlanacak gelişme açısından eşi bulunmaz ekonomik bir fırsattır.

Türkiye, termal kaynaklar açısından dünyada sayılı ülkeler arasında yer almasına rağmen, gerekli yatırımların yapılmaması ve bu kaynakların yeterince değerlendirilememesi yüzünden Türk turizminin ve ekonomisinin gelişimi açısından büyük kayıplara uğramaktadır. Öyle ki dünyada ve Avrupa'da bir çok ülke çok sınırlı kaynaklara sahip olmasına rağmen termal turizmden her yıl olağan üstü yüksek gelirler elde etmektedirler.

Araştırmanın beşinci bölümünde gerçekleştirilen araştırmaya ilişkin anket formunda yer alan sorulara verilen cevapların ve hijyen, fiyat ve hizmet kalitesi boyutlarıyla ilgili yargılara ilişkin belirtilen görüşler çeşitli istatistiksel analiz yöntemleri kullanılarak değerlendirilmiş ve yorumlanmıştır. Buna göre elde edilen sonuçlar ve yorumları aşağıda paragraf halinde özetlenmiştir.

Elde edilen verilere dayanarak Kızılcahamam'da ki termal turizm işletmelerini tercih eden müşterilerin büyük bir bölümünün orta yaşın üzerinde oldukları sonucuna varılabilir. Ayrıca, müşterilerin yarısından fazlasının baylardan oluştuğu görülebilmektedir. Kızılcahamam'daki termal turizm işletmelerini tercih eden lise mezunu müşterilerin diğer müşterilere nazaran oldukça büyük bir orana sahip olduğu belirlenmiştir. Müşterilerin genelinde ise memur, emekli ve serbest meslek sahiplerinden oluştuğu ve büyük bölümünün orta gelir grubunda yer aldığı

anla ılmaktadır. Elde edilen di er verilere göre; termal tesise gelen mü terilerin öncelikli sebeplerinin sa lık oldu u dü üncesi ortaya çıkmaktadır.

letme çalı anlarına yönelik hazırlanan sorulara alınan cevaplar de erlendirildi inde; Kızılcahamam'da çok fazla pansiyon bulunmadı ı veya pansiyonların az sayıda eleman çalı tırdı ı sonucuna varılmaktadır. Ayrıca, Kızılcahamam'da faaliyet gösteren termal turizm i letmelerinin büyük bölümünün bakanlık belgeli oldu u belirlenmi tir. Kızılcahamam'da, önceleri çok sayıda termal turizm i letmesi bulunmadı ı da elde edilen bir di er sonuçtur. Ayrıca ankete katılan çalı anların büyük bölümünü orta düzey yönetici ve ekip elemanlarının olu turdu u sonucuna varılmı tir.

Kızılcahamam'da ki termal turizm i letmelerinde fizik tedavi ünitelerinin hijyenikli i konusuna, genel olarak mü terilerin, çalı anlara göre daha kararsız yakla tıkları görülmektedir. Bunun sebebi ankete cevap veren mü terilerin konuya vakıf olamamaları veya fizik tedavi ünitelerini pek fazla kullanmadıkları sonucuna varılabilir. Çalı anlar ile yapılan anketlerde, genelde çalı anların i letmeleri ile ilgili soruları, yönetici veya i verenlerden çekindikleri için ve i letmelerini sahiplenmek adına olumlu cevapladıkları bilinmektedir. Bu ara tırmanın sonucunda da, çalı anların yüksek derecede olumlu cevap vermelerinin nedeni ise, i letmelerini koruma güdüsü veya i verenlerden olumsuz tepki alma çekincesi olarak yorumlanabilir.

Turizm i letmelerinde istihdam edilen personelin maddi kaygılar göz önünde tutularak, e itimsiz insanlardan seçilmesi, bu i letmelerde çalı anların hijyen konusuna çok önem vermedi i, literatürde yer alan çalı malarda sonuç olarak ortaya çıkmaktadır. Fakat, termal turizm i letmelerinde çalı anların, sektörün sa lıkla ilgili olmasından dolayı, bu konuya önem verdi i bu ara tırma sonucunda varılan bir kanıdır. Zira; Kızılcahamam'da ki termal turizm i letmelerinde çalı anların hijyen konusuna ne derece önem gösterdi inin belirlenmesine yönelik sunulan yargıya verilen cevaplar incelendi inde, genel olarak mü terilerin, çalı anlara göre daha kararsız kaldıkları, çalı anların ise kendinden emin bir ekilde olumlu görü bildirdi i görülmektedir. Ayrıca, her iki gruptan da bu yargıya “kesinlikle katılmıyorum” cevabının verilmemi olması, çalı anların hijyen konusuna gösterdikleri özen konusunda çabaladıkları sonucunu dü ündürmektedir.

Di er turizm i letmelerinde rekreatif amaçlı yer alan hamam, vb. termal ünitelerin hijyen anlamında pek önemsenmedi i bilinirken; Kızılcahamam'da ki termal turizm i letmelerinde yer alan termal ünitelerin hijyenikli i konusunda mü teriler ile çalı anlar 3,40 ile 4,15 ekindeki ortalamalarla birbirlerine yakın ve olumlu görü ler bildirmişlerdir. Buradan; termal ünitelerin gerçekten hijyenik oldu u sonucuna varmak mümkündür.

Mü teriler ile çalı anlar konaklama ünitelerinin hijyenikli i konusunda da olumlu görü ler sunmuşlardır. Bunun sebebi; mü teriler için konaklama bölümlerinin, fizik tedavi ve termal ünitelere göre daha az önem taşıdığı dü üncesidir. Bu durum literatürle örtü mekte ve di er turizm i letmelerle, termal i letmelerin konaklama ünitelerinin hijyenikli i konusunda, paralel yaklaşımlar gösterdiği görülmektedir. Aynı durum, mü teriler arasında da benzerlik göstermektedir.

Elde edilen bulgulara göre; insanlar, beslenme konusunda, di er turizm i letmelerinde oldu u gibi, termal i letmelerde de, yiyecek-içecek hijyeni konusunda oldukça titiz davranmaktadırlar. Buna ba lı olarak, mü teriler yiyecek-içeceklerin hijyenikli i konusunda çalı anlara oranla daha olumsuz görü ler bildirmişlerdir. Bunun sebebi, insanların yiyecek-içecek hijyeni konusunda çok dikkatli olmalarıdır. Çalı anların bu yargıya çok olumlu yaklaşımlarının sebebi ise i verenden çekinmeleri veya bu konuda kendilerine güveniyor olmalarından kaynaklanıyor olabilir.

Literatürde yer alan çalı malar, ücret konusunda, insanların genelde birbirinden farklı görü ler bildirdikleri sonucunu ortaya koymaktadır. Bu durumun sebebi ücret konusunun göreceli bir kavram olmasıdır. Zira; Kızılcahamam'da ki termal turizm i letmelerinde de, ücretler konusunda mü terilerin, kararsız olmalarının sebebi ise ücret konusunun ki ilere göre de i en göreceli bir kavram olarak görülmesidir.

Tablo 25'e verilen cevaplar incelendi inde; i letme tarafından taahhüt edilen hizmetlerin sunulma düzeyi konusunda mü teriler ile çalı anların birbirlerine yakın yanıtlar vermiş olması, aralarında olumlu yönde bir görü birli i olduğunu gösteriyor. Buradan da, Kızılcahamam'da faaliyet gösteren termal turizm i letmelerinin, verdikleri sözleri genellikle yerine getirdikleri sonucuna

varılmaktadır. Bu durum, Kızılcahamam'da faaliyet gösteren işletmelerin, diğer turizm işletmelerine oranla, taahhüt ettiği hizmetleri karılaşma konusunda daha dikkatli davranması sonucunu ortaya koymaktadır. Çünkü diğer turizm işletmelerinin aldığı en önemli şikâyet, vaat edilenler ile sunulanların birbiri ile örtüşmediği konusundadır. Bu konuyla ilgili yapılan çalışmaları sonuçları bu durumu açıkça ortaya koymaktadır. Ayrıca; Kızılcahamam'da ki termal turizm işletmelerinde, işletme yönetiminin olumsuz sorunların çözümünde duyarlı davranıp davranmadığına ilişkin yargıya, müşteriler ayrıntılı olarak katılırken, çalışanlar, daha yüksek bir ayrıntıyla olumlu cevap vermişlerdir. Buradan, Kızılcahamam'da faaliyet gösteren termal turizm işletmelerinin olumsuz sorunlara duyarlı yaklaşması sonucuna varılmıştır.

Olumsuz sorunlara çözüm konusunda, müşteriler tarafından duyarlı bulunan Kızılcahamam'da ki termal turizm işletmelerinin çalışanlarının da bu konuda yeterli bulunduğu gözlemlenmektedir. Ayrıca, çalışanlar da bu konuda oldukça olumlu yanıtlar vermişlerdir. Buradan da, çalışanların bu konuda kendilerine güvendikleri sonucuna varılmıştır. Bu sonuç; bilindiği gibi, özellikle sahil bölgelerinde yer alan turizm işletmelerinde çıkan sorunlar göz önüne alındığında, termal işletmelerin sorun çözme konusunda daha duyarlı olduğu sonucunu da doğrulamaktadır.

İşletme donanımının, talep edilen hizmetleri karılaşma konusunda yeterli olup olmadığı konusunda müşterilerin çekimser kaldığı gözlemlenmiştir. Bunun sebebi; insanların beklentilerinin çok çeşitli olması ve bir standardizasyona gidilememesidir. Çalışanlar, kendi işletmelerini savunmak adına bu yargıya olumlu bir yaklaşım sergilemişlerdir. Bu durum, literatürde yer alan, diğer turizm işletmeleri ile benzerlik göstermektedir.

Genelde insanlar, tatile gittikleri tesislerde çalışanların, mesleklerinde ne derece yeterli olduklarını ölçebilecek bilgiye sahip değildirler. Zira bu durumun, termal işletmelerde daha belirgin bir şekilde ortaya çıktığı, bu araştırmada elde edilen bulgular sonucunda görülmektedir. Buna bağlı olarak; Kızılcahamam'da ki termal turizm işletmelerinde, fizik tedavi ünitelerinde çalışan personelin yeterli olup olmadığı konusunda müşterilerin çekimser kaldıkları gözlemlenmektedir. Bunun sebebi; müşterilerin bu konuda yeterli teknik bilgiye sahip olmamaları olabilir. Çalışanların ise, yine aynı şekilde tam bir teknik bilgiye sahip olmamalarından ve

ankete katılanların hepsinin fizik tedavi ünitesinde çalı ıyor olmamasından dolayı bu yargıda net bir görüş bildiremedikleri sonucuna varılmıştır.

Çalı anların, talep edilen hizmetleri kar ılama konusunda kendilerine güvendikleri gözlenirken, mü terilerin bu konuda çekimser cevaplar verdi i gözlemlenmektedir. Bunun sebebi; çalı anların insan psikolojisinin bir sonucu olarak kendilerini yeterli görmeleri olarak dü ünülmü tür. Bu durum, di er turizm i letmelerinde de benzer eklede ortaya çıkmaktadır.

Turizm i letmeleri, yiyecek-içecek konusunda genelde zengin menüler sunarlar. Buna paralel olarak; i letmede sunulan yiyecek-içecek hizmetlerinin beklentileri kar ılayıp kar ılamadı ı konusunda, mü terilerle çalı anların birbirine yakın ve olumlu cevaplar vermi oldukları gözlemlenmektedir. Buradan, Kızılcahamam'da faaliyet gösteren termal turizm i letmelerinin yiyecek-içecek hizmetlerinin beklentileri kar ılama konusunda yeterli oldu u sonucuna varılmıştır.

Kızılcahamam'da ki termal turizm i letmelerinin kurulu yeri açısından uygun olup olmadı ı konusunda mü terilerin çekimser kaldı ı gözlemlenirken, çalı anların bu konuda biraz daha olumlu bir yakla ım sergiledikleri görülmü tür. Ula ım konusunun göreceli bir kavram oldu u ve çe itlilik gösterdi i dü üncesi ile, bu konuda gösterilebilecek kararsızlıkların normal oldu u kabul edilmiştir. Bu durum görecelidir ve her i letme için farklı bir sonuç ortaya koyabilir.

Mü terilerin ço unlu unun Kızılcahamam'da faaliyet gösteren termal turizm i letmelerinin çevresindeki sosyal alanların yeterli oldu u dü ünmesine sahip oldu u gözlemlenirken, çalı anların büyük bir kısmının ise aynı konuda kararsız kaldıkları görülmü tür. Buradan, Kızılcahamam'ın Ankara'ya yakın olması ve bu nedenle sosyal olanaklarının geli mi olabilece i sonucuna varılmıştır.

letmede bo vakit geçirebilecek aktivitelerin yeterli olup olmadı ı konusunda hem mü terilerin hem de çalı anların büyük bir bölümü olumlu görüş bildirmi tir. Buradan çıkarılacak sonuç; Kızılcahamam'da faaliyet gösteren termal turizm i letmelerinin bo vakit geçirebilecek aktiviteler sunabilme açısından yeterli oldu u eklede yorumlanmıştır. Literatürde yer alan bilgilere göre, turizm i letmeleri rekreatif açıdan genelde, oldukça geni imkanlar sunmaktadırlar. Termal i letmelerinde bu konuda olumlu geli meler sergilemesi, Türk termal turizmi açısından olumlu bir sonuç olarak kar ımıza çıkmaktadır..

Kızılcahamam'da ki termal turizm işletmelerinin talep edilen hizmetleri zamanında sunma konusunda mü teriler ile çalışanların birbirine yakın cevaplar vermesi ile birlikte, çalışanların mü terilere oranla bu yargıya daha olumlu cevap vermesi olmalarına bağlı olarak çalışanların işletmelerini ve kendilerini koruma güdüsü ile hareket etmesi olmaları sonucuna varılmıştır.

Mü teriler ve çalışanların işletmede çalışan personelin saygılı olup olmadığı konusunda büyük bir ağırlıkla olumlu görüş bildirirken, çalışanların mü terilere göre daha fazla olumlu görüş sundukları gözlemlenmektedir. Buradan hareketle; Kızılcahamam'da faaliyet gösteren termal turizm işletmelerinde çalışan personelin saygılı olduğu ve bu konuda kendilerine güvendikleri sonucu ortaya çıkmıştır. Bu durum, diğer turizm işletmelerinde de genelde, işletme personelinin eğitim düzeyi ile doğru orantılıdır. Kızılcahamam'da böyle olumlu bir sonuç alınması, burada yer alan işletmelerde görev alan personelin, genel itibarı ile eğitimli olabileceği sonucunu ortaya koymaktadır. Zira; işletmenin misafirler ile sağlıklı iletişim kurmada yeterli olup olmadığı konusunda hem mü terilerin hem de çalışanların büyük bir bölümü olumlu görüş bildirmiştir. Buradan çıkarılacak sonuç; Kızılcahamam'da faaliyet gösteren termal turizm işletmelerinin misafirleri ile sağlıklı iletişim kurabilme açısından son derece yeterli olduğu şeklinde yorumlanmıştır.

Turizm işletmelerinin, mü terilerine dürüst davranmaları, literatür baz alındığında, ağırlıklı olarak işletme politikası ile ilgilidir. Buna göre; Kızılcahamam'da faaliyet gösteren termal turizm işletmelerinin misafirlere karşı dürüst davranıp davranmadığı konusunda mü teriler ile çalışanların birbirine yakın cevaplar verdikleri görülebilmektedir. Buradan; işletmelerin misafirlerine dürüst davranma konusunda duyarlı olduğu ve çalışanların mü terilere oranla bu yargıya daha olumlu cevap vererek, kendilerini ve işletmelerinin saygınlığını koruma güdüsü ile hareket etmesi olmaları sonucu belirmiştir.

Güvenlik konusunun, insanların turizm işletmelerini tercih etme noktasında, önemli bir kriter olduğu ve bu durumun hemen bütün sektörlerde geçerli olduğu bilinmektedir. Kızılcahamam'ı tercih eden mü teriler ve çalışanların, işletmede bulunan güvenlik önlemlerinin yeterli olup olmadığı konusunda genel anlamda olumlu görüş bildirirken, çalışanların mü terilere göre daha fazla olumlu görüş

sundukları gözlemlenmektedir. Buna göre; Kızılcahamam'da faaliyet gösteren termal turizm işletmelerinde bulunan güvenlik önlemlerinin yeterli seviyede olduğu ve bu işletmelerin güvenlik konusunda kendilerine güvendikleri kanısına ulaşılmıştır.

Sonuç olarak; müşterilerin farklı yaş gruplarında olmalarının hijyen ve hizmet kalitesi boyutlarına verdikleri cevaplar üzerinde herhangi bir etkisinin olmadığı görülmektedir. Fakat, fiyat boyutunda, de ik yaş grubunda yer alan müşterilerin verdiği cevaplar arasında anlamlı farklılıklar olduğu görülebilmektedir. Bu farklılıkların hangi yaş grupları arasında ortaya çıktığını belirlemek üzere Tukey testi uygulanmıştır. Buna göre; 16-25 yaş grubunun fiyat konusunda kararsız kaldığı gözlenirken 36-45 yaş grubunun fiyat konusunu önemseydiği ve fiyatların uygunluğu konusunda olumlu cevaplar verdiği sonucuna ulaşılmıştır. 16-25 yaş grubundaki müşterilerin kendi paralarını kendilerinin kazanmıyor olma ihtimalinin bu duruma sebep olduğu yorumuna varılabilir. Ayrıca, 46 ve üzeri yaş grubunda yer alan müşterilerin fiyat konusunda 36-45 yaş grubuna göre daha kararsız kalma eğilimi gösterdiği, ulaşılan bir diler sonuçtur. Bunun sebebi, 46 ve üzeri yaş grubundaki müşterilerin emekli olmaları ihtimaline bağlı olarak, paralarını harcarken dikkatli davranmaları olarak yorumlanmıştır.

Yapılan analiz sonucunda, müşterilerin cinsiyetlerine göre "hijyen", "fiyat" ve "hizmet kalitesi" boyutlarına verdikleri cevaplara ilişkin istatistiksel veriler incelendiğinde; aralarında anlamlı bir farklılık bulunmadığı tespit edilmiştir. Sonuç olarak; müşterilerin bay veya bayan olmalarının hijyen, fiyat ve hizmet kalitesi boyutlarına verdikleri cevaplar üzerinde herhangi bir etkisinin olmadığı görülmektedir.

Müşterilere yöneltilen "hijyen", "fiyat" ve "hizmet kalitesi" boyutlarına ilişkin yargılara sunulan görüşler incelendiğinde; hijyen, fiyat ve hizmet kalitesi boyutlarında, eğitim düzeylerine göre verilen cevaplar arasında anlamlı bir farklılık bulunmadığı tespit edilmiştir. Sonuç olarak; müşterilerin farklı eğitim düzeylerinde olmalarının hijyen, fiyat ve hizmet kalitesi boyutlarına ilişkin belirttikleri görüşler üzerinde herhangi bir etkisinin olmadığı görülmektedir. Müşterilere yöneltilen "hijyen", "fiyat" ve "hizmet kalitesi" boyutlarına ilişkin yargılara sunulan görüşler incelendiğinde; hijyen, fiyat ve hizmet kalitesi boyutlarında, meslek gruplarına göre verilen cevaplar arasında anlamlı bir farklılık bulunmadığı tespit edilmiştir. Sonuç

olarak mü terilerin farklı meslek gruplarında olmalarının hijyen, fiyat ve hizmet kalitesi boyutlarına ilişkin belirttikleri görüşler üzerinde herhangi bir etkisinin olmadığı sonucuna varılmıştır.

Mü terilerin farklı gelir gruplarında olmalarının hijyen ve hizmet kalitesi boyutlarına verdikleri cevaplar üzerinde herhangi bir etkisinin olmadığı görülmektedir. Fakat, fiyat boyutunda, farklı gelir grubunda yer alan mü terilerin verdiği cevaplar arasında anlamlı farklılıklar olduğu görülebilmektedir. Bu farklılıkların hangi gelir grupları arasında ortaya çıktığını belirlemek üzere Tukey testi uygulanmıştır. Buna göre; 500 YTL'den az gelire sahip olanlar fiyatların uygun olduğu yargısına katılmazken, 2000-2499 YTL arasında gelire sahip olanlar ile 2500 YTL'den fazla gelire sahip olanların fiyatların uygunluğu yargısına katıldığı sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca, diğer gelir grupları arasında da bir önceki cümlede belirtilen yönde anlamlı düzeyde farklılıklar görülebilmektedir. Bunun sebebi ise, yüksek gelir grubunda yer alan mü terilerin, alt gelir grubunda yer alan mü terilere göre daha yüksek alım gücüne sahip olmaları ve bu yüzden de fiyat konusunu çok fazla önemsememeleridir yorumu yapılmıştır.

Mü terilerin, “hijyen”, “fiyat” ve “hizmet kalitesi” boyutlarına göre hazırlanan yargılara ilişkin sundukları görüşler incelendiğinde; hijyen, fiyat ve hizmet kalitesi boyutlarında, termal tesise geli sebeplerine göre verilen cevaplar arasında anlamlı bir farklılık bulunmadığı tespit edilmiştir. Sonuç olarak mü terilerin farklı sebeplerle termal tesislere gelmiş olmalarının hijyen, fiyat ve hizmet kalitesi boyutlarına ilişkin belirttikleri görüşler üzerinde herhangi bir etkisinin olmadığı görülmektedir.

Bir diğer sonuç olarak; çalışanların, çalıştıkları işletme türüne göre hizmet kalitesi boyutuna verdikleri cevaplar üzerinde herhangi bir etkisinin olmadığı görülmektedir. Fakat, hijyen ve fiyat boyutunda, farklı işletmelerde görev alan çalışanların verdiği cevaplar arasında anlamlı farklılıklar olduğu görülmektedir. Bu farklılıkların hangi işletme türleri arasında ortaya çıktığını belirlemek üzere Tukey testi uygulanmıştır. Buna göre; otel çalışanlarının hijyen konusunda “katılıyorum” dediği gözlenirken, tatil köyü çalışanlarının hijyen konusunu daha fazla önemsendiği ve hijyen boyutundaki olumlu yargılara genelde “kesinlikle katılıyorum” şeklinde cevap verdiği sonucuna ulaşılmıştır. Buradan tatil köyü çalışanlarının otel

çalı anlarına nazaran hijyen konusunda kendilerine ve işletmelerine daha fazla güvendiği sonucuna ulaşılabılır. Ayrıca pansiyon çalı anları fiyat konusunda yöneltilen olumlu yargılara büyük bir a ırlıkla katılırken, otel ve tatil köyü çalı anlarının daha çok “katılıyorum” ekinde cevap verdikleri görülmektedir. Böyle bir farklılı ın ortaya çıkmasının sebebi; ankete katılan pansiyon çalı anlarının sayısının çok az olması ve bu yüzden ortalamaların çok yüksek çıkmasıdır.

Yapılan analiz sonucunda çalı anların, çalı tıkları işletmenin belge türüne göre “hijyen”, “hizmet kalitesi” boyutlarına verdikleri cevaplara ilişkin istatistiki veriler incelendi inde; aralarında anlamlı bir farklılık bulunmadığı tespit edilmiştir. Sonuç olarak; çalı anların işletmelerinin bakanlık veya belediye belgeli olmasının, hijyen ve hizmet kalitesi boyutlarına verdikleri cevaplar üzerinde herhangi bir etkisinin olmadığı görülmektedir. Buna karşılık “fiyat” boyutunda bakanlık belgeli işletmelerde çalı anlar ile belediye belgeli işletmelerde çalı anların verdikleri yanıtlar arasında anlamlı bir farklılık olduğu gözlemlenmektedir. Elde edilen veriler incelendi inde; belediye belgeli işletmelerde çalı anların, bakanlık belgeli işletmelerde çalı anlara nazaran, fiyat konusundaki olumlu yargılara daha olumlu yanıtlar verdiği görülmektedir. Buradan, belediye belgeli işletmelerde sunulan hizmetlerin ücretlerinin bakanlık belgeli işletmelere göre daha düşük bir seviyede olduğu sonucuna varılmıştır.

İşletmelerin farklı faaliyet sürelerine sahip olmalarının fiyat boyutuna verilen cevaplar üzerinde herhangi bir etkisinin olmadığı görülmektedir. Fakat, hijyen ve hizmet kalitesi boyutlarında ise, farklı faaliyet sürelerine sahip işletmelerde görev alan çalı anların verdiği cevaplar arasında anlamlı farklılıklar olduğu görülebilmektedir. Bu farklılıkların, çalı anların belirttiği de işik faaliyet süresine sahip işletmelerden hangileri arasında ortaya çıktığını belirlemek üzere Tukey testi uygulanmıştır. Buna göre; 1-5 yıl arasında faaliyet süresine sahip işletmelerde çalı anların hijyen konusunda, 11-15 yıl arasında faaliyet süresine sahip işletmelerde çalı anlara oranla daha olumlu görüşler sunduğu gözlemlenmiştir. Bunun nedeni; uzun süredir faaliyet gösteren işletmelerde bazı demirbaş, ekipmanlar ile işletme binalarının daha bakımsız olması olarak yorumlanabilir. Ayrıca, hizmet kalitesi boyutunda, 1-5 yıl ile 6-10 yıl arasında faaliyet süresine sahip işletmelerde çalı anların, 11-15 yıl arasında faaliyet süresine sahip işletmelerde çalı anlara oranla

daha olumlu görümler bildirdiği belirlenmiştir. Sonuç olarak; 1-5 yıl ile 6-10 yıl arasında faaliyet süresine sahip işletmelerde çalışanların 11-15 yıl arasında faaliyet süresine sahip işletmelerde çalışanlara oranla, hizmet kalitesi ile ilgili konulara daha dikkat ettiği ve çalıştığını işletmeyi bu anlamda savunduğu düşünülmüştür.

Ayrıca, çalışanların farklı görevlerde bulunmalarının, fiyat ve hizmet kalitesi boyutlarına verilen cevaplar üzerinde herhangi bir etkisinin olmadığı görülmektedir. Ancak, hijyen boyutunda, farklı görevlere sahip çalışanların verdiği cevaplar arasında anlamlı farklılıklar olduğu görülebilmektedir. Bu farklılıkların, hangi görevdeki çalışanlar arasında ortaya çıktığını belirlemek üzere Tukey testi uygulanmıştır. Buna göre; üst düzey yöneticilerin hijyen konusunda, orta düzey yöneticilere oranla daha kararlı ve olumlu görüşler sunduğu gözlemlenmiştir. Bunun nedeni; üst düzey yöneticilerin kendilerine yöneltilen hijyen boyutundaki yargılara, işletme politikalarını esas alarak cevap vermesi olabilir. Ayrıca, üst düzey yöneticilerin, orta düzey yöneticilere oranla operasyonel konulara daha düşük seviyede hakim olma ve uygulamadaki aksaklıkları görememe ihtimalleri de, hijyen konusunda bu derece kararlı ve olumlu cevap vermelerinin bir diğer sebebi kabul edilmiştir.

Kızılcahamam, gerek sahip olduğu doğal ve nitelikli termal kaynakları, gerek coğrafi konumu ve yapısının elverişliliği ve gerekse alt-üst yapı olanaklarının uygun olması ile termal turizm potansiyeli açısından oldukça zengin ve doğal güzelliklerini yitirmemiş ve bulunmaz bir destinasyondur. Termal kaynak zenginliğinin yanı sıra, milli parkı, ormanları, yaylaları, manzaraları, barajları vs. gibi, diğer destekleyici turistik ürünlere sahip olmasıyla da turizm yatırımcıları için bulunmaz bir merkezdir.

Öte yandan, kamu kurum ve kuruluşları da ülkemizdeki termal kaynakların geliştirilmesi, turizm sektörüne kazandırılması amacıyla, termal alanlardaki turizm yatırımlarına büyük miktarda teşvik kredileri, vergi indirimleri vs gibi imkanlar tanımaktadır. Bu durum da, termal turizme yatırım yapacak olan mütebbitler açısından büyük bir olanaktır.

Kızılcahamam ilçesi, sahip olduğu onca doğal kaynak ve olanaklara rağmen maalesef termal turizm açısından yeterince değerlendirilme konusunda düşük bir grafik sergilemektedir. Bu durum Türk Turizmi ve ülke ekonomisi açısından da

büyük kayıplara sebep olmaktadır. Bununla beraber, bölgede yeni yapılanmakta olan termal turizm yatırımlarının varlığı da Türk termal turizmi açısından olumlu bir gelişmedir. Yaptığımız incelemeler doğrultusunda edindiğimiz bu bilgilere dayanarak, sonuç olarak diyebiliriz ki; Kızılcahamam, termal turizm potansiyeli açısından oldukça büyük imkânlarla sahiptir ve bu imkânlar gerekli ölçüde değerlendirildiği takdirde, termal turizm açısından büyük gelişme sağlanabilir ve termal turizmden elde edilen kazanç, çok daha üst seviyelere taşınabilir.

Araştırma sonuçları, literatürde yer alan konuyla ilgili diğer çalışmalarla karşılaştırıldığında, özellikle Çekirge (1975) tarafından gerçekleştirilmiş olan çalışmaları ile örtüşen bulgular elde edildiği görülmüştür. Bu bulgulara göre; termal turizmi tercih eden insanların genelde, memur, işçi, vb. orta sınıf olarak nitelendirilen gelir grubunda yer aldıkları görülmektedir. Buna bağlı olarak, üst düzey gelir grubuna dahil olan insanların termal turizmi çok fazla tercih etmediği, ulaşılabilecektir. Diğer bir sonuç olarak karımıza çıkmaktadır.

Araştırma literatürü incelendiğinde, bu araştırma sonucunda elde edilen; genelde orta ve üzeri insanların termal turizmi tercih ettiği ve bu grubu da, genelde bayanların oluşturduğu bulgusu, konuyla ilgili yapılan diğer araştırmaları ile örtüşen bir özellik göstermektedir.

Özellikle, mevcut bulgulara bağlı olarak elde edilen ve neredeyse bütün literatürle paralel bir grafik çizen en önemli sonuçlardan biri de; ülkemizin termal kaynaklar açısından çok zengin olduğu, fakat yeterince değerlendirilemediği için, bu turizm türünden elde edilmesi mümkün olan gelir seviyesine ulaşamadığı gerçektir.

Elde edilen bulgular, Ülker (1978) tarafından gerçekleştirilmiş olan çalışmalarıyla paralel olarak; son yıllarda, geçmiş dönemlere oranla, insanların yoğun kent yaşamı stresi, bu stresin sebep olduğu bazı sağlık sorunları ve doktorların tavsiyelerine bağlı olarak, termal turizmi daha fazla tercih ettiklerini ortaya koymaktadır.

Termal kaynakların, belirlenen kurallara uymaksızın kullanımı ve gerekli koruma önlemlerinin alınmaması sebebiyle zarar gördüğü gerçeği literatürde yer almaktadır. Özbek ve Koçak (1983), gerçekleştirildikleri araştırma ile bu durumu raporlamışlardır. Yazarlar, gerekli önlemlerin alınmadığı takdirde, termal

kaynaklarımızın ciddi zararlar görebilece i ve hatta yok olabilece i konusunda önemli sonuçlar ortaya koymu lardır.

Ara tırma sonucu, mevcut termal kaynakların çok verimli olmasına rağmen, yeterince de erlendirilemedi ini ortaya koymaktadır. Elde bulunan mevcut kaynakların verimli kullanılabilmesi için yapılabilecek çalı malar ve Türk termal turizminin geli tirilebilmesi ile ilgili öneriler a a ıda yer almaktadır.

Öncelikle, turizm sektöründe, devleti temsil eden ve yaptırım gücüne sahip, yasal bir kurum olan, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından, termal turizmin geli tirilmesi için, çok geni kapsamlı ve ayrıntılı bir kalkınma stratejisi olu turulmalıdır. Bu kalkınma stratejisi olu turulurken, ülkemizdeki termal kaynakların farklı bölgelerde yer aldı ı ve nitelik açısından da farklı özelliklere sahip oldu u unutulmamalı, buna ba lı olarak da, bu termal bölgelerle ilgili stratejiler, her bölge için özel olarak hazırlanmalıdır. Bunun nedeni; her termal bölgenin, arazi yapısı, olu umu, kaynak suyunun içeri i, hangi hastalıkların tedavisinde yararlı oldu u ve kullanım ko ullarının farklılık göstermesidir.

Bakanlık tarafından olu turulacak olan, geni kapsamlı bu stratejinin süreklili inin sa lanması, belirlenen yasal mevzuatın uygulanması konusunda çok sıkı bir denetimin sa lanması, hatta çok a ır yaptırımların uygulanması, Türk termal kaynaklarının gelece i açısından çok önemlidir. Böyle bir sistem olu turulamadı ı taktirde; sorumsuz i letmelerin ve ahısların, maddi çıkar u runa, e i bulunmaz termal kaynaklarımıza ciddi zararlar vermelerine engel olunamaz. Bu duruma örnek olarak; Denizli’de yer alan ve dünyada e i bulunmayan, Pamukkale’nin termal sularının, sorumsuz i letmeler yüzünden tükenmek üzere oldu unu gösterebiliriz. Bu durumun temel nedeni; yasal mevzuatta yer alan, fakat denetim mekanizmasının sa lıklı i lememesinden dolayı, bir türlü uygulanamayan yaptırımlardır.

Yasal mevzuat ve stratejinin belirlenmesinin ardından, ülkemizdeki termal bölgelere yapılması gereken modern termal tesislerin kurulabilmesi için gerekli olan yatırımlar konusunda; giri imcilere, arsa tahsisi, vergi indirimi, ucuz enerji kullanımı ve nakit kredi gibi te vikler sunulmalıdır. Fakat, giri imcilere sunulan bu te vik unsurlarının amaca uygun olarak kullanılıp kullanılmadı ı, bakanlık tarafından mutlaka sıkı bir ekilde denetlenmeli ve yolsuzlukların önüne geçilmelidir.

Girişimcilere sunulan tevkifler karlı olmalı, belli bir dönem sonra devlete ödeyecekleri vergiler dışında; yüksek bir hizmet kalitesi ve yasal mevzuata uygun bir işletme modeli zorunlu kılınmalı ve sürekli bir denetim sağlanmalıdır. Örneğin, bu bölgelerde faaliyet sunacak olan termal turizm işletmelerine; bütün departmanlarda, alanında eğitimli, kalifiye iş gücü istihdam etme zorunluluğu getirilebilir. Bunun dışında; termal turizm işletmelerinin tümüne, hijyen ve hizmet kalitesi konusunda uluslararası standartlara sahip olma ve bunu belgeleme zorunluluğu getirilmelidir.

Ulusal ve uluslararası üniversitelerle işbirliği yapılarak, termal turizm işletmelerinin kaynak suları sürekli analiz edilmeli, hastalıkların tedavisinde daha verimli şekilde kullanılması sağlanmalıdır. Bununla beraber, sağlıkla ilgili bilimsel kongrelerin, bu termal tesislerde düzenlenmesi, hem ülkemizin termal sularının, hem de yüksek kalitede hizmet sunan termal turizm işletmelerinin tanıtılması ve geniş kitlelerin bu konuda bilgilendirilmesine katkı sağlayacaktır.

Son yıllarda, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından gerçekleştirilen ve ülkemiz turizmini oldukça olumlu yönde etkileyen, Türkiye tanıtım filmlerinin, termal turizme özel olarak hazırlanması ve tüm dünyaya tanıtılması, Türk termal turizminin gelişimi açısından oldukça yararlı olacaktır.

Sonuç olarak; Türk termal turizminin geliştirilmesi; devlet tarafından kontrol altında tutulan, denetim ve yaptırım mekanizması sağlıklı çalışan bir sistem kurulması; bu sistem içerisinde ulaşılabilecek en yüksek düzeyde hizmet kalitesinin sağlanması ve sunulan, bu kaliteli hizmetlerin etkin bir şekilde tanıtılarak pazarlanması ile mümkündür.

KAYNAKÇA

- AKOVA, O.**, “Golf Turizmi”, *Yayımlanmamı Yüksek Lisans Tezi*, stanbul, stanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1995.
- ALPINE, L.** “Trends in Special Interest Travel”, *Specialty Travel Index*, Fall Winter (1987), s.83-84
- ANKOMAH, P.K.**, “Tourism Skilled Labor. The Case of Sub-Saharan Africa”, *Annals of Tourism Research*, sayı18 (1991), s. 433-442.
- ANONYMOUS**, “Termal Turizmin Türk Turizm Politikası çindeki Yeri”, <http://www.dunyaonline.com/102341.asp>, 2003
- ANONYMOUS**, “Sıcak Su Kaynaklarının Sa lık Turizmi Kapsamında De erlendirilmesi”, <http://www.voyagerbook.com/tr/turizm/inanc.asp>, 2004-a
- ANONYMOUS**, “Turizm Yatırımlarında Yasal Sorumlulukların Önemi”, <http://www.turizm.gov.tr/TR/BelgeGoster.aspx>, 2004-b
- ANONYMOUS**, “Mü teri Memnuniyeti Açısından Termal Turizm letmelerinin Genel Durumu”, <http://www.kizilcahamam.virtualave.net>, 2004-c
- ANONYMOUS**, “Jeotermal Kaynakların Korunması ve Turizm Kapsamında Kullanılması”, <http://www.jeotermaldernegi.org.tr/termalturizm.htm>, 2005-a
- ANONYMOUS**, “Termal Turizm letmelerinin Turizm Yatırımları Açısından De erlendirilmesi”, <http://www.kutso.org.tr/bilgihizmetleri/yatirim/termal.doc>, 2005-b
- ANONYMOUS**, “Turizm Çe itleri arasında Termal Turizmin Yeri”, <http://www.zaman.com.tr/turizm/turizmcesit/h50.htm>, 2005-c
- ANONYMOUS**, “Turizm Ara tırmaları Kapsamında Kızılcahamam’ın Termal Sularının De erlendirilmesi ve Bölgenin Tesis ve Yatak Kapasitesi”, <http://www.milliyet.com.tr/content/turizm/tur001/turizm05.html>, 2005-d
- ANONYMOUS**, “Sa lık Turizmi ve Seyahat Acentelerinin Sa lık Turizmüne Bakı açıları”, <http://www.tursab.org.tr/Dergial/237/spa.htm>, 2005-e
- ANONYMOUS**, “Kızılcahamam’ın Altyapı Olanakları ve Termal Yatırımlar Açısından De erlendirilmesi”, <http://www.kenthaber.com/sayfalar>, 2005-f
- ANONYMOUS**, “Kızılcahamam’da Hizmet Sunan Termal Turizm letmeleri”, <http://www.arkitera.com/haberler>, 2005-g
- ARIKAN, R.**, *Ara tırma Teknikleri ve Rapor Yazma*, Ankara, Gazi Kitabevi, Baran Ofset, 2000.
- ASLAN, Z.**, “Termal Turizm letmelerinde Hizmet Standartlarının Geli tirilmesi ve Pazarlama Faaliyetlerine Etkisi: Balçova Termal Merkezi Uygulaması”, *Yayımlanmamı Yüksek Lisans Tezi*, zmir, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1992.
- ASLIHAK, A.**, “Türkiye’de Termal Turizm ve Ankara Haymana Kaplıcası ncelemesi”, *Yayımlanmamı Yüksek Lisans Tezi*, Ankara, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1998.
- AUSTRIAN**, *National Tourist Office*, Annual Report, 1993.
- BASTEM, S.**, “Termal Turizmi ve Erzurum’un Termal Turizmi”, *Yayımlanmamı Yüksek Lisan Tezi*, Erzurum, Atatürk Üniversitesi., Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1997.

- BEKTA , Ç.**, *Türkiye’de Yat Turizmi Potansiyeli ve Sorunları*, Turizm Yıllı 1, Ankara, Türkiye Kalkınma Bankası A. . Yayını, 1994.
- BILSEN, F.**, “Integrated Tourism in Senegal : An Alternative”, *Tourism Recreation Research*, sayı 13 (1987), s. 19-23.
- BOO, E.**, “Ecotourism” *The Potentials and Pitfalls*, sayı 2 (1991) Haziran. s. 92.
- BRITTON, R.A.**, “Making Tourism More Supportive of Small State Development: The Case of St. Vincent”, *Annals of Tourism Research*, sayı 5 (1977), s. 269-278.
- BRITTON, S. G.**, ‘ ‘ The Political Economy of Tourism in the Third World’’. *Annals of Tourism Research* , sayı 9 (1982), s. 331-358.
- BUTLER, R.**, *Alternative Tourism, The Thin End of the Wedge*, Tourism Alternatives Potentials and Problems in the Development of Tourism, Edited by Smith L. Valene and William R. Eadington, 1992, s. 31-46.
- CHESNAU, H.**, “Comment Créer Unegolf”, *Annals of Tourism Research*, sayı 16 (1984), s. 1-24.
- CHRISTALLER, W.**, *Some Considerations of Tourism Locations in Europe: The Peripheral Regions-Undeveloped Countries-Recreation Areas*. Papers of the Regional Science Association. 12, 1963, s. 96-105.
- COHEN, E.**, *Alternative Tourism-A Critique, Towards Appropriate Tourism: The Case of Developing Countries*, 1989.
- ÇEK RGE, N.**, *Diyarbakır-Çermik Termal Tesislerinden Yararlanan Küristler için Anket*, Turizm ve tanıtma Bakanlığı 1 Yayını, Ankara, 1975.
- ÇEK RGE, N.**, *Yalova Termal Tesislerinden Yararlananlar küristler için Anket*, Turizm ve Tanıtma Bakanlığı 1 Yayını, Ankara, 1977.
- ÇEK RGE, N.**, “Kaplıcılardaki Kür ve Rekreasyon Birimlerinin Planlanması ve Tasarımı için Bir Metot. Türkiye’ye Yönelik Bir Uygulama“, *Yayımlanmamı Doktora Tezi*, stanbul: stanbul Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, 1982.
- ÇEV RGEN, A.**, “Termal Kür Merkezlerini Rekreaktif Amaçlı Geli imi ve Örnek Bir Uygulama”, *Yayımlanmamı Yüksek Lisans Tezi*, Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1996.
- DAMEYER, C.**,” Adventure Market”, *Pacific Travel News*,(1986), s.15-16.
- DEM RBEY, .**, “ Turizmde Termalizm ve Bursa Termal Turizmi” *Yayımlanmamı Yüksek Lisans Tezi*, Bursa, Uluda Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1992.
- DEM RER, H.**, “Turizm letmelerinde Hizmet Kalitesi Ölçümü” *Turizm letmeleri Hizmet Kalitesi Hafta Sonu Semineri. Erciyes Üniversitesi*, Aralık 1996.
- D KKAYA, M.**, “Termalizm-Termal Turizmi ve Aydın Yöresinde Termal Ürün Pazarlaması” *Yayımlanmamı Yüksek Lisans Tezi*, zmir, Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1979.
- D NÇER, M. Z.**, *Türkiye’de Yat Turizmi*, Turizm Yıllı 1, Ankara, Türkiye Kalkınma Bankası A. . Yayını,1989.
- DEN Z T CARET ODASI**, “ kinci ulusal Denizcilik Kongresi”, stanbul, Yayın no:21, 1990.

- DURUKAL, H.**, "Turizmde Vizyon", *Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği'nin Üç Aylık Yayın Organı*, Yıl:1, Sayı:1, Ocak-Mart, (2001).
- EKER, M.**, *Yabanabad 2000*, Kızılcahamam Belediyesi Kültür Yayınları Dizisi, No:3, Kızılcahamam-Ankara, 2000.
- GETZ, D, RISB, W.**, "Evaluating Management Effectiveness in a Community Run Festivals", *Journal of Travel Research*, (1988), s.22-27.
- GLAUS, O.**, *Modern Kaplıca Kür Yeri Planlaması ve Tatbikatları Kitabından Seçmeler*, Çeviren: ahin AKKAYA, Ankara: Türkiye Kalkınma Bankası Dökümantasyon Merkezi, 1975.
- GONZALES, P. S.**, *Alternative Tourism: an Operation Manual for Third World Groups*, 1987.
- GÖYÜN, D.**, "Kızılcahamam Sey Kaplıcalarının Termal Turizm Açısından Değerlendirilmesi", *Yayımlanmamı Yüksek Lisans Tezi*, Ankara, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2001.
- GÜNEY, H.**, "Termal Otel İşletmelerinde Stratejik Pazarlama Planlaması ve Afyon'da Bir Uygulama", *Yayımlanmamı Yüksek Lisans Tezi*, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2002.
- HOLDER, J. S.**, *The Pattern and Impact of Tourism on the Environment in the Caribbean*, Environmental Sound Tourism Development in the Caribbean, 1988, s. 10.
- KAHRAMAN, N.**, *Türkiye'de Sırtak Turizmi*, Ankara: T.C. Turizm Bankası A.Ş. Matbaası, 1978.
- KARASAR, N.**, *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. Nobel Yayın-Değerlendirme, Ankara, 1999.
- KATZ, A. H.**, "Tourism of Festival and Sociology", *Annals of Sociology*, sayı 7(1981), s.128-155.
- KAYA, B.**, "Alternatif Turizm ve Türkiye'nin Alternatif Turizm Potansiyeli" *Yayımlanmamı Doktora Tezi*, İstanbul, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1995.
- KILIÇÖZLÜ, A.**, "Türkiye Termal Turizmi, Arz Potansiyeli ve Öngörülen Yatırımlar" *Yayımlanmamı Yüksek Lisans Tezi*, Ankara, Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1983.
- KOÇAK, A.**, *Sey Hamamı (Kızılcahamam) Kaplıcası Hidrojeoloji Etüdü*, Hizmete Özel Derleme No: 6445, Ankara: Maden Tetkik Arama Genel Müdürlüğü, 1979.
- KORKMAZ, M.**, "Orman Kaynaklarında Doğal Turizm Etkinliklerinin Ekonomik Çözümlenmeleri", *Süleyman Demirel Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi* Seri: A, Sayı 2, (2001), s.111-134.
- KOSTERS, M., J.**, *Tourism By Train: Its Role in Alternative Tourism*, "Tourism Alternatives Potentials and Problems in the Development of Tourism", 1992.
- KOZAK, N.**, "Termal Turizm İşletmeciliği". *Anatolia*, Yıl:3, sayı:29-30.(Mayıs-Haziran 1992).s.34-37.
- KOZAK, N.**, "Termal Turizm Sempozyumu". *Anatolia*, Yıl:3, sayı:33-34. (Eylül-Ekim 1992).s. 11-14
- KOZAK, N.**, "Termal Turizm Mürettebi Profiline Belirleme Aracı Olarak Tüketici Araştırmaları: Doğal Turizme Yönelik Bir Uygulama", *Yayımlanmamı Yüksek*

- Lisans Tezi*, zmir, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1996.
- KOZAK, N.**, *Genel Turizm İnkeler-Kavramlar*, 3.Basım, Turhan Kitabevi, Ankara, 1997.
- KURA, H.**, “Anılarla Golf Kulübü”, *Türkiye Golf Magazin*, Temmuz(1992), s.10-13
- KU LUVAN, Z.**, “Termal Turizm İletmelerinde Hizmetler ve Hizmet Standartlarının Geli tirilmesi”, *Turizm İletmelerinde Hizmet Kalitesi, Hafta Sonu Semineri III* (Nev ehir: 13-15 Aralık 1996). s.211.
- KÜLTÜR VE TUR ZM BAKANLI I**, *Sa lık Turizmi ve Turizm Sa lı ı*, Yatırımlar Genel Müdürlü ü Ara tırma ve Derlendirme Dairesi Ba kanlı ı Yayını, Yayın No: 1993-8, Ankara, 1993.
- KÜLTÜR VE TUR ZM BAKANLI I**, *Özel Projeler 1994*, Yatırımlar Genel Müdürlü ü Yayını, Ankara, 1994.
- KÜLTÜR VE TUR ZM BAKANLI I**, Konaklama İstatistikleri Bülteni (1998-2000), Yatırımlar Genel Müdürlü ü, Ara tırma ve De erlendirme Dairesi Ba kanlı ı, Ankara, 2001.
- MEGANCK R. and RAMDIAL B.S.**, *Trinidad and Tabago Cultural Parks: An Idea Whose Time Has Come*, Parks, 1984.
- MTA**, *Türkiye Jeotermal Kaynaklar Etüdü*, Ankara: Maden Tetkik Arama Genel Müdürlü ü, 1996.
- NALBANT, Ö.**, “ Termal Turizm Pazarlaması”, Yayınlanmamı *Yüksek Lisans Tezi*, Eski ehir, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1988.
- NEA** (National Education Association). (1965). *Sampling and Statistic Handbook for Surveys in Education*, Washington: National Education Association Press.
- NORBU, N.**, *Cultural Preservation in Sogarmatha*, Parks, 1984.
- ÖSTERREICH, W., B.**, “Der Incentivemarkt in Österreich“, *Ausgabefreudige Gaste für die Nebensaison*, Sayı 3 Haziran (1993), s. 4-5
- ÖZBEK, T., KOÇAK, A.**, *Sey Hamam (Kızılcahamam) Kaplıcası Korunma Alanları Raporu*, Hizmete Özel Derleme No: 7381, Ankara: Maden Tetkik Arama Genel Müdürlü ü, 1983.
- ÖZBEK, T.**, “Dünyada ve Türkiye’de Termal Turizmi”, *Anatolia Dergisi*, Mayıs-Haziran (1991), s. 15-29
- ÖZBEK, T.**, “Termal Turizmin Önemi ve De erlendirilmesi.Eski ehir’in Termal Turizmdeki Yeri”, *Eski ehir Kaplıca Turizmi Semineri* (3 ubat 1990). (Eski ehir: 1999). S.6.
- ÖZBEK, T.**, “Jeotermal Akı kanların Entegre Olarak Sa lık ve Termal Turizmde De erlendirilmesi”, *Yerel Yönetimlerde Jeotermal Enerji ve Jeoteknik Uygulamalar Sempozyumu-Bildiriler*, (20-22 Kasım 2000). Ankara, Aydo du Ofset, İller Bankası Genel Müdürlü ü, 2000.
- ÖZDAMAR, K.**, *SPSS ile Biyoistatistik*. Ankara: Kaan Kitabevi, 2001.
- SARI, H.**, “Kaplıca Yapılarında Donatım Planlaması (Kızılcahamam)”, *Yayınlanmamı Yüksek Lisans Tezi*, Ankara, Gazi Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, 1989.
- SARII İK, M.**, “Türkiye’de Termal Turizm ve Sandıklı (Afyon) Bölgesi Örne i”, *Yayınlanmamı Yüksek Lisans Tezi*, Antalya, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1994.

- SEK RDEN, E.**, “Erciyes Da ında Turizm Faaliyetleri”, *Yayımlanmamı Yüksek Lisans Tezi*, stanbul, stanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1998.
- SELV , S.**, “Bir Turizm Potansiyeli Olarak Kaplıca Turizminin De erlendirilmesi, Kangal Balıklı Kaplıca Uygulama Çalışması”, *Yayımlanmamı Yüksek Lisans Tezi*, Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1996.
- SMITH, V.L.**, *Philippines: A Case Study in Alternative Tourism*, Tourism Alternatives Potentials and Problems in the Development of Tourism, 1992.
- M EK, M.**, *ifalı Sulara Yolculuk–Kaplıcalar- çmeler*, 2.Basım, nkılâp Kitabevi, stanbul, 2003.
- ÜLKER, .**, *Da Turizminin Geli imi*, Ankara: T.C. Turizm ve Tanıtma Bakanlığı Döner Sermaye letmeleri, 1978.
- ÜLKER, .**, *Türkiye’de Sa lık Turizmi ve Kaplıca Planlaması*, Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları, No: 1006, Kültür Eserleri Dizisi, No: 129, Ankara, 1988.
- ÜLKER, .**, *Sa lık Turizmi Kaynaklar-Planlama-Tanıtım*, Ankara: T.C. Turizm ve Tanıtma Bakanlığı Döner Sermaye letmeleri, 1994.
- ÜLKER, .**, *Da Turizmi Planlama Yöntemleri Yüksek Da larımız Kayak Merkezlerimiz*, Ankara: TC Turizm Bakanlığı , 1999
- YED GÜN, B.**, “Golf ve Çevre”, *Basılmayan Bilgi Notu*, 1992.
- YILDIRIM, E., ALTUNIK, R., CO KUN, R.**, Bayraktarolu, S., *Sosyal Bilimlerde Ara turma Yöntemleri -SPSS Uygulamalı-*. Adapazarı,Sakarya Kitabevi, 2001.
- YILMAZ, .**, “Kum Ve Deniz Yerine Da lar Yaylalar”, *Ekonomik Trend Dergisi*, Nisan (1995), s. 32-33.
- YILMAZ, O.**, “Yalova Termal Yöresinin Turistik Planlamasında Peyzaj Mimarlı ı Kriterlerinin Saptanması”, *Yayımlanmamı Doktora Tezi*, Ankara: Ankara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, 1987.

Ek-1: Mü teri Anket Formu

Sayın katılımcı, bu anket formu Kızılcahamam'da faaliyet gösteren termal turizm işletmelerinde çalışanlar ile bu işletmeleri tercih eden müşterilerin beklentilerinin karşılanmasıyla ilgili olarak, sağlıklı bilgiler elde etmek amacıyla düzenlenmiştir. Ankete katılmak suretiyle, araştırmamıza sağlıklı bir katkıdan dolayı teşekkür ederiz.

*Yaşınız : 16-25() 26-35() 36-45() 46 ve üzeri()
 *Cinsiyetiniz : Bay() Bayan ()
 *Eğitim Durumunuz : İlköğretim() Lise() Üniversite()
 Yüksek Lisans ve Üzeri()
 *Mesleğiniz : Memur() Çi() Emekli()
 Serbest() Örenci() Diğeri()
 *Aylık Net Geliriniz : 500 YTL' den az() 500-999YTL()
 1000-1499 YTL() 1500-1999 YTL()
 2000-2499 YTL() 2500 YTL' den fazla()
 *Termal Tesise Gelişiminin Sebebiniz: Tatil() Sağlık() Diğeri()

NOT: Aşağıdaki düşünceler hakkında katılım düzeyinize göre işaret koyunuz.

Sıra No	Düşünceler	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1	İletim bulunduran fizik tedavi merkezi yeterince hijyeniktir					
2	İletim bulunduran personel hijyen konusuna özen göstermektedir					
3	İletimdeki termal üniteler hijyeniktir					
4	İletimdeki konaklama bölümleri hijyeniktir					
5	İletim yiyecek-içecek hizmetlerinde yeterince hijyeniktir					
6	İletimdeki fizik tedavi ücretleri uygundur					
7	İletim bulunduran termal ünitelerin ücretleri uygundur					
8	İletim konaklama ücretleri uygundur					
9	İletim sunulan yiyecek-içecek hizmetlerinin fiyatları uygundur					
10	İletim sunulan rekreatif hizmetlerin fiyatları uygundur					
11	İletim tarafından taahhüt edilen bütün hizmetler eksiksiz sunulmaktadır					
12	İletim yönetimi oluşturan sorunların çözümünde duyarlı davranmaktadır					
13	İletim çalışanları oluşturan sorunları çözme konusunda yeterlidir					
14	İletim donanımı talep edilen hizmetleri karşılama konusunda yeterlidir					
15	Termal ve fizik tedavi ünitelerinde çalışan personel bilgi açısından yeterlidir					
16	İletim personeli talep edilen hizmetleri karşılama konusunda yeterlidir					
17	İletim sunulan yiyecek-içecek hizmetleri beklentileri karşılamaktadır					
18	İletimin kuruluş yeri ulaşım açısından uygundur					
19	İletim çevresindeki sosyal alanlar yeterlidir					
20	İletimde boş vakit geçirebilecek aktiviteler yeterlidir					
21	İletim talep edilen hizmetleri zamanında sunma konusunda yeterlidir					
22	İletim çalışan personelin davranışları saygılıdır					
23	İletim, misafirler ile sağlıklı iletişim kurma konusunda yeterlidir					
24	İletim, misafirlere karşı dürüst davranmaktadır					
25	İletim bulunduran güvenlik önlemleri yeterlidir					

Ek-2: İletme Anket Formu

Sayın katılımcı, bu anket formu Kızılcahamam'da faaliyet gösteren termal turizm işletmelerinde çalışanlar ile bu işletmeleri tercih eden müşterilerin beklentilerinin karşılanmasıyla ilgili olarak, sağlıklı bilgiler elde etmek amacıyla düzenlenmiştir. Ankete katılmak suretiyle, araştırmamıza sağlıklı katkıdan dolayı teşekkür ederiz.

- * İletmenizin Türü : Otel () Pansiyon () Tatil Köyü ()
 * İletmenizin Belge Durumu : Bakanlık belgesi () Belediye belgesi ()
 * İletmeniz faaliyet süresi : 1 yıldan az () 1-5 yıl () 6-10 yıl ()
 11-15 yıl () 15 yıldan fazla ()
 * İletmedeki göreviniz : Üst düzey yönetici () Orta düzey yönetici ()
 Ekip elemanı ()

NOT: Aşağıdaki düğüncelerin karşıısına katılım düzeyinize göre işaret koyunuz.

Sıra No	Düğünceler	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1	İletmede bulunan fizik tedavi merkezi yeterince hijyeniktir					
2	İletmede çalışan personel hijyen konusuna özen göstermektedir					
3	İletmedeki termal üniteler hijyeniktir					
4	İletmedeki konaklama bölümleri hijyeniktir					
5	İletme yiyecek-içecek hizmetlerinde yeterince hijyeniktir					
6	İletmedeki fizik tedavi ücretleri uygundur					
7	İletmede bulunan termal ünitelerin ücretleri uygundur					
8	İletmede konaklama ücretleri uygundur					
9	İletmede sunulan yiyecek-içecek hizmetlerinin fiyatları uygundur					
10	İletmede sunulan rekreatif hizmetlerin fiyatları uygundur					
11	İletme tarafından taahhüt edilen bütün hizmetler eksiksiz sunulmaktadır					
12	İletme yönetimi olunan sorunların çözümünde duyarlı davranmaktadır					
13	İletme çalışanları olunan sorunları çözüme konusunda yeterlidir					
14	İletme donanımı talep edilen hizmetleri karşıılama konusunda yeterlidir					
15	Termal ve fizik tedavi ünitelerinde çalışan personel bilgi açısından yeterlidir					
16	İletme personeli talep edilen hizmetleri karşıılama konusunda yeterlidir					
17	İletmede sunulan yiyecek-içecek hizmetleri beklentileri karşıılamaktadır					
18	İletmenin kuruluş yeri ulaşım açısından uygundur					
19	İletme çevresindeki sosyal alanlar yeterlidir					
20	İletmede boş vakit geçirebilecek aktiviteler yeterlidir.					
21	İletme talep edilen hizmetleri zamanında sunma konusunda yeterlidir					
22	İletmede çalışan personelin davranışları saygılıdır					
23	İletme, misafirlere sağlıklı iletişim kurma konusunda yeterlidir					
24	İletme, misafirlere karşı dürüst davranmaktadır					
25	İletmede bulunan güvenlik önlemleri yeterlidir					