

**TERMAL TURİZM AÇISINDAN
AFYONKARAHİSAR İLİNİN SWOT
ANALİZİ İLE DEĞERLENDİRİLMESİ**

Ünal ÖZGEN
Yüksek Lisans Tezi
Danışman: Yrd. Doç. Dr. Mustafa SANDIKÇI

Aralık, 2011
Afyonkarahisar

T.C
AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ VE OTELCİLİK ANABİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

TERMAL TURİZM AÇISINDAN AFYONKARAHİSAR İLİNİN
SWOT ANALİZİ İLE DEĞERLENDİRİLMESİ

Hazırlayan

Ünal ÖZGEN

Danışman

Yrd. Doç. Dr. Mustafa SANDIKÇI

AFYONKARAHİSAR 2011

YEMİN METNİ

Yüksek Lisans tezi olarak sunduğum “**Termal Turizm Açısından Afyonkarahisar İlinin SWOT Analizi İle Değerlendirilmesi**” adlı çalışmanın, tarafımdan bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin Kaynakça’da gösterilen eserlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanmış olduğumu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

09/12/2011

Ünal ÖZGEN

TEZ JÜRİSİ KARARI VE ENSTİTÜ ONAYI

JÜRİ ÜYELERİ

Tez Danışmanı : Yrd.Doç.Dr. Mustafa SANDIKÇI

Jüri Üyeleri : Doç.Dr. Şuayıp ÖZDEMİR

: Doç.Dr. Yusuf KARACA

İmza



Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik anabilim dalı, yüksek lisans öğrencisi Ünal ÖZGEN'in “**Termal Turizm Açısından Afyonkarahisar İlinin SWOT Analizi İle Değerlendirilmesi**” başlıklı tezini değerlendirmek üzere 09/12/2011 tarihinde, saat 10:00'da Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Sınav Yönetmeliğinin ilgili maddeleri uyarınca, yukarıda isim ve imzaları bulunan jüri üyeleri tarafından değerlendirilerek kabul edilmiştir.

Prof. Dr. Mehmet KARAKAŞ

MÜDÜR

ÖZET

TERMAL TURİZM AÇISINDAN AFYONKARAHİSAR İLİNİN SWOT ANALİZİ İLE DEĞERLENDİRİLMESİ

Ünal ÖZGEN

AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

TURİZM İŞLETMECİLİĞİ VE OTELCİLİK ANABİLİM DALI

Aralık, 2011

TEZ DANIŞMANI: Yrd. Doç. Dr. Mustafa SANDIKÇI

Turizm sektörü uluslararası turizm hareketlerinin artması sonucunda dünyada en hızlı gelişen sektörlerden birisi konumundadır. Turizm sektöründe turistik kaynaklara sahip destinasyonların rekabet edebilirliği sürdürülebilir politikalar çevresinde stratejik kararlar almasına bağlıdır. Turistik bir destinasyonun stratejik kararlar doğrultusunda yönetiminde turizm sektörünün mevcut ve gelecek durumunun analizi önemli bir husustur. SWOT analizi stratejik yönetim kapsamında bu amaca hizmet eden önemli bir tekniktir. Bu çalışmada, Afyonkarahisar ili termal turizminin katılımcı görüşleri doğrultusunda SWOT tekniği ile analizi temel amaçtır. Bu doğrultuda Afyonkarahisar ilinde faaliyet gösteren turizm işletme belgeli termal tesislerde çalışan personel araştırma evreni olarak belirlenmiştir. Anket yöntemiyle toplanan verilerin analizinde frekans-yüzde dağılımları, aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri, gruplar arasında farkların ölçümü için “t-test” ve “Varyans Analizi” ve farklılıkların kaynağının tespitinde Duncan testi kullanılmıştır.

Araştırmada toplanan verilerin analiz sonuçlarına göre, katılımcıların Afyonkarahisar ili termal turizmi SWOT analizine yönelik görüşleri yaş grupları bağlamında zayıf yönler faktörüne göre farklılık göstermektedir. Katılımcıların Afyonkarahisar ili termal turizmi SWOT analizine yönelik görüşleri çalışılan departmanlar bağlamında ise güçlü yönler, fırsatlar, tehditler faktörlerine göre farklılık göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Termal turizm, SWOT analizi, destinasyon, Afyonkarahisar.

ABSTRACT

EVALUATION OF AFYONKARAHISAR PROVINCE BY MEANS OF SWOT ANALYSIS FROM THE THERMAL TOURISM PERSPECTIVE

Ünal ÖZGEN

**AFYON KOCATEPE UNIVERSITY
THE INSTITUTE OF SOCIAL SCIENCES
DEPARTMENT OF TOURISM AND HOTEL MANAGEMENT**

December, 2011

Advisor: Asst. Prof. Dr. Mustafa SANDIKÇI

As a result of increasing international tourism arrivals, the tourism sector has become one of the fastest growing sector among other sectors. So, competitiveness of a destination that has unique touristic resources depends on its strategic decisions within the scope of sustainable policies. On the other hand, to manage a touristic destination, it is vital to analyze the existing tourism sector and its future. Within the scope of strategic management, SWOT analyze is an important technique serving for this purpose. In this context, the main purpose of this study is to analyze Afyonkarahisar's thermal tourism with SWOT technique in terms of participants' views. With this regard, the staff working in thermal hotels licensed from Culture and Tourism Ministry constitutes the population of this study. In the analysis of data collected through the survey, frequency-percentage distribution, mean and standard deviation values were used, for the measurement of differences among groups "t-test" and "Analysis of Variance (ANOVA)" and for the determination of the reasons of the differences Duncan test were used.

According to the findings of the data collected in the study, the views of participants about SWOT analyze of Afyonkarahisar thermal tourism vary according to age groups in weaknesses. The views of participants about SWOT analyze of Afyonkarahisar thermal tourism also vary according to departments in strengths, opportunities and threats.

Key words: Thermal tourism, SWOT analyze, destination, Afyonkarahisar.

ÖNSÖZ

“Termal Turizm Açısından Afyonkarahisar İlinin SWOT Analizi İle Değerlendirilmesi” konulu çalışmanın hazırlama sürecinde bilgi ve tecrübesi ile bana yol gösteren, destek ve katkı sağlayan değerli tez danışmanım Sayın Yrd. Doç. Dr. Mustafa SANDIKÇI’ya, tez hazırlama sürecimde yardımlarını esirgemeyen, görüş ve düşüncelerinden istifade ettiğim Sayın Yrd. Doç. Dr. Oktay EMİR’e, tezin uygulama aşamasında desteklerini esirgemeyen sektör temsilcileri ve yöneticilerine, gerek anket formunun hazırlanmasında ve geliştirilmesinde, gerekse araştırma sürecinin yürütülmesinde görüş ve önerilerini paylaşan herkese teşekkürlerimi ve saygılarımı sunarım.

Hayatımın her anında olduğu gibi tez çalışması süresince de daima yanımda olan ve değerli desteklerini esirgemeyen eşim ve çocuklarıma hoşgörülerinden ve büyük sabırlarından dolayı ayrıca teşekkür ederim.

Ünal ÖZGEN

İÇİNDEKİLER

Sayfa

YEMİN METNİ.....	i
TEZ JÜRİSİ KARARI VE ENSTİTÜ ONAYI	ii
ÖZET.....	iii
ABSTRACT	iv
ÖNSÖZ.....	v
İÇİNDEKİLER.....	vi
TABLolar LİSTESİ.....	viii
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	x
KISALTMALAR DİZİNİ.....	xi
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

TERMAL TURİZM TERMİNOLOJİSİ VE DÜNYADAKİ TERMAL TURİZM DESTİNASYONLARI

1. TERMAL TURİZM ve İLİŞKİLİ KAVRAMLAR	4
2. TERMAL TURİZMİN TARİHSEL GELİŞİMİ	12
3. DÜNYADA TERMAL TURİZM	15
3.1. DÜNYADAKİ BAŞLICA TERMAL TURİZM DESTİNASYONLARI.....	16
3.1.1. Amerika Birleşik Devletleri	16
3.1.2. Hindistan.....	17
3.1.3. Japonya.....	18
3.1.4. Almanya.....	19
3.1.5. Macaristan.....	20
3.1.6. Çek Cumhuriyeti	21
3.1.7. İtalya	21
3.1.8. Fransa	22
3.1.9. Diğer Ülkeler	22

İKİNCİ BÖLÜM

TÜRKİYE'DE VE AFYONKARAHİSAR'DA TERMAL TURİZM

1. TÜRKİYE'DE TERMAL TURİZM	24
2. AFYONKARAHİSAR İLİ TERMAL TURİZM KAYNAKLARI	38
2.1. GAZLIGÖL KAPLICALARI	39
2.1.1. Termal Kaynakların Nitelikleri	41
2.1.2. Bölgedeki Turistik Üst yapı Arzı	42
2.2. HEYBELİ TERMAL TURİZM MERKEZİ.....	43
2.2.1. Termal Kaynakların Nitelikleri	44
2.2.2. Bölgedeki Turistik Üst yapı Arzı	45
2.3. HÜDAİ TERMAL TURİZM MERKEZİ.....	45
2.3.1. Termal Kaynakların Nitelikleri	46

2.3.2. Bölgedeki Turistik Üstyapı Arzı	48
2.4. ÖMER- GECEK TERMAL TURİZM MERKEZİ	48
2.4.1. Termal Kaynakların Nitelikleri	49
2.4.2. Bölgedeki Turistik Üstyapı Arzı	51

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM SWOT ANALİZİ

1. SWOT KAVRAMI VE SWOT ANALİZİ TEKNİĞİ.....	54
2. SWOT KAPSAMINDA ÇEVRE FAKTÖRLERİ VE ANALİZİ	60
2.1. GÜÇLÜ YÖNLERİN ANALİZİ	63
2.2. ZAYIF YÖNLERİN ANALİZİ	64
2.3. FIRSATLARIN ANALİZİ	65
2.4. TEHDİTLERİN ANALİZİ.....	67

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM AFYONKARAHİSAR İLİNİN TERMAL TURİZM AÇISINDAN SWOT ANALİZİ İLE DEĞERLENDİRİLMESİNE YÖNELİK BİR UYGULAMA

1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ	69
2. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ.....	70
2.1. EVREN VE ÖRNEKLEM	70
2.2. VERİ TOPLAMA YÖNTEMİ	71
2.3. VERİLERİN ANALİZİ.....	72
3. ARAŞTIRMA BULGULARI ve DEĞERLENDİRMELER	72
3.1. KATILIMCILARIN BAZI DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİNE İLİŞKİN BİLGİLER	72
3.2. ÖLÇEK GÜVENİLİRLİĞİ VE FAKTÖR ANALİZİ.....	75
3.3. AFYONKARAHİSAR İLİ TERMAL TURİZMİ SWOT FAKTÖRLERİNE YÖNELİK KATILIMCI GÖRÜŞLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ	77
3.3.1. Afyonkarahisar İli Termal Turizmi Güçlü Yönlerine Yönelik Katılımcı Görüşlerinin Değerlendirilmesi	77
3.3.2. Afyonkarahisar İli Termal Turizmi Zayıf Yönlerine Yönelik Katılımcı Görüşlerinin Değerlendirilmesi	78
3.3.3. Afyonkarahisar İli Termal Turizmi Fırsatlarına Yönelik Katılımcı Görüşlerinin Değerlendirilmesi	79
3.3.4. Afyonkarahisar İli Termal Turizmi Tehditlerine Yönelik Katılımcı Görüşlerinin Değerlendirilmesi	81
3.4. AFYONKARAHİSAR TERMAL TURİZMİ SWOT FAKTÖRLERİNE YÖNELİK KATILIMCI GÖRÜŞLERİNİN KATILIMCILARIN SOSYO- DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİNE GÖRE KARŞILAŞTIRILMASI	82
SONUÇ VE ÖNERİLER	89
KAYNAKÇA.....	94
EKLER.....	105

TABLolar LİSTESİ

	Sayfa
Tablo 1: Amerika Birleşik Devletleri SPA/Termal Endüstrisi.....	17
Tablo 2: Türkiye Termal Turizm Merkezleri ve Termal Sularının Özellikleri	27
Tablo 3: Kültür ve Turizm Bakanlığı Termal Turizm İşletme Belgeli Tesisler.....	36
Tablo 4: Termal Turizm İşletme Belgeli Tesislere Giriş ve Geceleme Sayıları	37
Tablo 5: Gazlıgöl Kaplıcası Termal Suyun Özellikleri	41
Tablo 6: Gazlıgöl Kaplıcası Eski Hamam Termal Suyu Kimyasal Analiz Raporu...41	
Tablo 7: Heybeli Kaplıcası Termal Suyun Özellikleri.....	44
Tablo 8: Heybeli Kaplıcası Termal Suyu Kimyasal Analiz Raporu.....	44
Tablo 9: Hüdai Kaplıcası Termal Suyun Özellikleri	46
Tablo 10: Heybeli Kaplıcası Termal Suyu Kimyasal Analiz Raporu.....	46
Tablo 11: Ömer-Gecek Kaplıcası Termal Suyun Özellikleri	49
Tablo 12: Ömer-Gecek Kaplıcası Termal Suyu Kimyasal Analiz Raporu	50
Tablo 13: Otel İşletmesi SWOT Analizi Örneği	57
Tablo 14: SWOT matrisi ve Uygulanan Stratejiler	58
Tablo 15: Sri-Lanka Turizmi SWOT Matrisi	59
Tablo 16: Katılımcıların Bazı Demografik Özelliklerine İlişkin Bilgiler	73
Tablo 17: Katılımcıların Çalıştıkları Departmanların Dağılımına İlişkin Bilgiler	74
Tablo 18: Güvenirlilik ve Faktör Analizi Sonuçları	76
Tablo 19: Afyonkarahisar İli Termal Turizmi Güçlü Yönlerine Yönelik Katılımcı Görüşleri.....	77
Tablo 20: Afyonkarahisar İli Termal Turizmi Zayıf Yönlerine Yönelik Katılımcı Görüşleri.....	79

Tablo 21: Afyonkarahisar İli Termal Turizmi Fırsatlarına Yönelik Katılımcı Görüşleri.....	80
Tablo 22: Afyonkarahisar İli Termal Turizmi Tehditlerine Yönelik Katılımcı Görüşleri.....	81
Tablo 23: Afyonkarahisar İli Termal Turizmi SWOT Analize Yönelik Katılımcı Görüşlerinin Cinsiyete Göre Karşılaştırılması	82
Tablo 24: Afyonkarahisar İli Termal Turizmi SWOT Analize Yönelik Katılımcı Görüşlerinin Medeni Duruma Göre Karşılaştırılması	83
Tablo 25: Afyonkarahisar İli Termal Turizmi SWOT Analize Yönelik Katılımcı Görüşlerinin Yaş Gruplarına Göre Karşılaştırılması	84
Tablo 26: Afyonkarahisar İli Termal Turizmi SWOT Analize Yönelik Katılımcı Görüşlerinin Eğitim Düzeyine Göre Karşılaştırılması	85
Tablo 27: Afyonkarahisar İli Termal Turizmi SWOT Analize Yönelik Katılımcı Görüşlerinin Çalışılan Departmana Göre Karşılaştırılması	86

ŞEKİLLER LİSTESİ

	Sayfa
Şekil 1: Türkiye'nin Termal/Kaplıca Haritası	24
Şekil 2: Türkiye Termal Turizm Kentleri Bölgeleri.....	27
Şekil 3: Afyonkarahisar İli Termal Turizm Merkezleri	39
Şekil 4: İşletme Stratejik Planlama Süreci ve SWOT Analizi.....	54
Şekil 5: SWOT Analizinde Temel Adımlar.....	55
Şekil 6: Mikro ve Makro Çevresel Faktörler	61
Şekil 7: Turizm İşletmelerinde Çevre Faktörleri	62

KISALTMALAR DİZİNİ

ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
ANOVA	: Analysis of Variance (Varyans Analizi)
Çev.	: Çeviren
f	: Frekans (sıklık)
ISO	: International Organization for Standardization
ISPA	: International SPA Association
s.	: Sayfa
SPA	: Salus Per Aqua (Sudan Gelen Sağlık/Güzellik)
SPSS	: Statistical Package for the Social Sciences
s.s.	: Standart sapma
SWOT	: Güçlü yönler (üstünlükler), Zayıf yönler, Fırsatlar, Tehditler
vb.	: Ve benzeri
vd.	: Ve diğerleri
WTO	: World Tourism Organization
\bar{x}	: Aritmetik Ortalama

GİRİŞ

Bilgi teknolojileri ve ulaştırma sistemlerindeki gelişmelerin ÷lkelerarası fiziksel sınırları ortadan kaldırdığı günümüzde birçok turizm destinasyonu turistler için ulaşılabilir nitelik kazanmıştır. Diğer yandan sosyal hayatta internet kullanımının vazgeçilmez bir unsur haline gelmesiyle turistlerin destinasyon tercihleri daha da çeşitlenmiş, destinasyonlar arası rekabetin boyutları giderek daha da yoğunlaşmıştır. Nitekim Dünya Turizm Örgütü'nün 2011 yılı verilerine göre 2010 yılında uluslararası turizm varışları 940 milyon kişiye, 2011 yılının ilk altı ayında ise 2010 yılına göre % 5 artış ile 440 milyona ulaşmış ve yeni destinasyonların turizm pazarından aldıkları payda artışlar gözlenmiştir (WTO, 2011). Bu gelişmeler ışığında turizm piyasasında var olan her bir destinasyonun yeni küresel rekabet koşullarına adapte olması gerekmektedir. Bu nedenle her bir destinasyonun küresel ölçekte rakip destinasyonları, turizm sektöründeki son gelişmeleri ve bu gelişmeler karşısında sahip oldukları kaynakları detaylı olarak analiz etmesi ve geleceğe yönelik stratejiler oluşturması gerekmektedir. Kaynakların analizi ve geleceğe yönelik stratejiler oluşturulması için ise stratejik yönetim kapsamında durum analizleri ve çevre analizleri gerçekleştirilmelidir. Dolayısıyla her bir destinasyonun durum ve çevre analizleri yapması gereklidir.

Stratejik yönetim ve stratejik pazarlama alanında durum analizi ve çevre analizi amacıyla en sık kullanılan yöntemlerden birisi SWOT (üstünlükler, zayıf yönler, fırsatlar, tehditler) analizidir. Herhangi bir işletme/kurum veya destinasyonun öncelikle kendi güçlü ve zayıf yönlerini belirleyerek, sonrasında faaliyette bulunduğu çevrenin fırsat ve tehditlerini analiz etmesini kapsayan SWOT analizi, bu kapsamda analitik ve dinamik bir yaklaşım sunmaktadır. Diğer yandan, turizm sektöründe var olan destinasyonlar çevreden ve küresel ölçekte rakip destinasyonlardan yoğun miktarda etkilendiği için SWOT analizinin önemi söz konusu destinasyonlar için daha da artmaktadır. Nitekim sınırlı doğal kaynaklara ve çok sayıda rakibe sahip olan turizm destinasyonları pazarda var olabilmek, rekabet üstünlüğü yakalayabilmek ve varlığının devamı için sürdürülebilir politikalar oluşturmak adına SWOT analizlerine

başvurmaktadırlar. Bu kapsamda Afyonkarahisar ili turizm destinasyonu için de SWOT analizlerinin gerçekleştirilmesi doğal bir zorunluluk haline gelmiştir.

Afyonkarahisar ilkçağlardan bu yana termal suların sağlık amaçlı kullanıldığı, Anadolu'nun kavşak noktası niteliğindeki önemli bir destinasyondur. Özellikle termal kaynaklarının niteliği ve "Termal turizmin başkenti" imajı ile bölgenin ve Türkiye'nin önde gelen termal destinasyonlarından birisidir. Bununla birlikte Denizli, Kütahya, Ankara gibi rakip konumundaki termal turizm destinasyonları Afyonkarahisar'ın termal turizm piyasasındaki önemli rakipleri durumundadır. Söz konusu termal turizm destinasyonları ve diğer turizm destinasyonları ile rekabet edebilmek adına Afyonkarahisar ili termal turizminin stratejik yönetim ve pazarlama anlayışı doğrultusunda ve sürdürülebilirlik çerçevesinde analiz edilmesi gerekmektedir.

Bu kapsamda Afyonkarahisar ili termal turizminin SWOT analizi yöntemiyle değerlendirilmesi bu çalışmasının temel amacını yansıtmaktadır. Çalışma dört bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde termal, termal turizm, termal turizm ile ilgili kavramlar ve dünyadaki önemli termal turizm destinasyonları hakkında açıklayıcı bilgilere yer verilmiştir.

Çalışmanın ikinci bölümünde öncelikle Türkiye'nin termal turizm kaynakları ve potansiyeli hakkında bilgilere yer verilmiş, sonrasında Afyonkarahisar İli'nin termal turizmi konusunda detaylı açıklamalar yapılmıştır. Bu kapsamda Afyonkarahisar ilindeki termal kaynaklar ve bu kaynaklardan çıkan termal suların genel ve kimyasal özellikleri ve bölgedeki üst yapı arzı Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın ilan ettiği termal turizm merkezleri çerçevesinde ele alınmıştır.

SWOT analizinin tanımı ve önemi konusunda açıklamaların yapıldığı üçüncü bölümde, SWOT analizi süreci incelenmiştir. Bu kapsamda SWOT analizinde çevre faktörleri kısaca açıklanarak, bu faktörlerin SWOT analizinde kullanımı açıklanmıştır. SWOT analizinin açıklanması sürecinde ilgili başlıklar altında genel olarak SWOT analizi ve turizm açısından SWOT analizi arka arkaya açıklanarak konunun daha iyi anlaşılması hedeflenmiştir.

Çalışmanın son bölümünde ise Afyonkarahisar ilinin termal turizm açısından SWOT analizi ile değerlendirilmesine yönelik olarak gerçekleştirilen uygulamanın analiz bulgularına yer verilmiştir. Bu kapsamda ilk olarak katılımcılara yönelik betimleyici bilgilere yer verilmiş ve katılımcıların Afyonkarahisar ili termal turizminin SWOT faktörlerine yönelik görüşleri analiz edilmiştir. Daha sonra ise Afyonkarahisar ili termal turizminin SWOT faktörlerine yönelik katılımcı görüşlerinin bazı sosyo-demografik özelliklerine göre karşılaştırması yapılmış ve son aşamada çalışma sonuçları özetlenerek Afyonkarahisar ili termal turizmi için SWOT analizi unsurları belirtilerek zayıf yönler ve tehditlere yönelik çeşitli önerilerde bulunulmuştur.

BİRİNCİ BÖLÜM

TERMAL TURİZM TERMINOLOJİSİ VE DÜNYADAKİ TERMAL TURİZM DESTİNASYONLARI

1. TERMAL TURİZM ve İLİŞKİLİ KAVRAMLAR

Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde sanayileşme ve kentleşme sonucu ortaya çıkan çevre sorunları, insan sağlığını olumsuz etkileyen ve işgücü verimini azaltan bir yaşam ortamına neden olmuştur (Tunç ve Saç, 1998: 21). Bunun doğal bir sonucu olarak da sağlık unsuru insanları turizme yönelten sebeplerden birisi konumuna gelmiştir. Sağlık amaçlı turizm isteğinin kaynağı bazen kaybolan sağlığı tekrar kazanmak olabildiği gibi bazen de sağlığı uzun süre koruyabilmektir (Öztürk ve Yazıcıoğlu, 2002: 191). Nitekim tedavi edici özelliği bulunan doğal, termal ve mineralli kaynakların araştırılması ve ziyareti Batı toplumlarında uzun süredir rağbet görmektedir (Lee ve King, 2008: 342). Özellikle Avrupa kıtasında egemen olan bu gelenek çerçevesinde ve sosyal alandaki gelişimler ile birlikte XX. yüzyılın ilk çeyreğinden itibaren termal turizm faaliyetleri sürekli gelişim trendi içerisinde (Radnic, Gracan ve Fister, 2009: 74). Son on yılda termal amaçlı turizm faaliyetlerinin önemi uluslararası turizm faaliyetleri içerisinde giderek artmış ve önemli bir segment durumuna gelmiştir (Georgiev ve Vasileva, 2010: 902). Ayrıca, son yıllarda termal turizm alanında dünyada oldukça önemli yatırımların gerçekleştirildiği bilinmektedir (Kozak, Kozak ve Kozak, 2008: 20). Termal turizme yönelik yatırımların artışında termal turizmin bölgeye sağlamış olduğu faydaların etkisi büyüktür. Toy ve diğerleri (2010: 2) termal turizmin bir bölgedeki faydalarını aşağıdaki şekilde sıralamışlardır;

- Termal turizm dört mevsim turizme olanak sağlar.
- Termal turizm turistik tesislerde yüksek doluluk oranı teşkil eder.

- Termal turizm istihdamı arttırır.
- Termal turizm diğerk alternatif turizm türleri ile beraber rahatlıkla kullanılabilir ve turistik aktivitelerin çeşitlenmesini sağlar.
- Termal turizmde kür merkezi olanaklarına sahip tesisler maliyetlerini çabuk karşılar ve karlı işletmelerdir.

2011 yılında İspanya'nın Ourense kentinde gerçekleştirilen ve Dünya Turizm Örgütü tarafından desteklenen II. Uluslararası Termal Turizm Kongresi'nde termal turizm *“tedavi edici özelliğe sahip mineralli sular ve termal sular ile bunların türevleri ve deniz suyunun kullanımı ve faydalanılması kapsamında tıbbi denetim altında, turistik faaliyetlere uygun olarak organize edilen ve ISO (International Organization for Standardization) kalite standartları doğrultusunda medikal merkezlerde en modern talassoterapi hizmetleri, spa-wellnes hizmetlerinin sunumu üzerine odaklanan turizm çeşidi”* olarak tanımlanmıştır (Crecente, 2011: 5).

Kültür ve Turizm Bakanlığı ise termal turizmi *“termomineral su banyosu, içme, inhalasyon (solunum), çamur banyosu gibi çeşitli türdeki yöntemlerin yanında iklim kürü, fizik tedavi, rehabilitasyon, egzersiz, psikoterapi, diyet gibi destek tedavilerinin birleştirilmesi ile yapılan kür (tedavi) uygulamaları yanı sıra termal suların eğlence ve rekreasyon amaçlı kullanımı ile meydana gelen turizm türü”* şeklinde tanımlamaktadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2011_a).

Termal turizme yönelik yapılan tanımlardan da görüleceği üzere termal turizm faaliyetleri kapsamlı sağlık hizmetlerini kapsamakta ve spa, wellnes, kür, inhalasyon gibi çok çeşitli uygulamaları gerektirmektedir. Dolayısıyla termal ve termal turizm kavramlarının daha iyi anlaşılabilmesi için termal ve/veya termal turizm ile ilgili olan diğerk kavramların da açıklanması gerekmektedir. Termal ve/veya termal turizm ile ilgili başlıca kavramlar şunlardır:

— **SPA:** Sözcüğün kaynağı Latince “Salus Per Aqua” olup, Türkçede “su ile sağlık” veya “sudan gelen sağlık/güzellik” anlamına gelmektedir (Karagülle, 2010). Uluslararası SPA Birliği (2011) tanımına göre SPA zihin, vücut ve ruhsal iyileş(tir)meyi kapsayan çeşitli profesyonel hizmetler yoluyla sağlık kazanmak için tahsis edilen yerdir. Günümüzde SPA faaliyetleri suyun niteliği veya amaca göre

farklılıklar göstermektedir. Uluslararası SPA Birliği SPA faaliyetlerini aşağıdaki şekilde gruplandırmaktadır (Burt ve Price, 2001; Akt: Dal, 2007: 7-8).

- **Kulüp SPA;** Temel amacı fitness olan kişilere g¼nl¼k olarak çeşitli profesyonel SPA hizmetlerinin sunulması faaliyetleridir.
- **Kurvaziyer SPA;** Kurvaziyer gemilerinde profesyonel spor ve sağlık hizmetleri ve SPA mutfağı hizmetlerinin sunumudur.
- **G¼nl¼k SPA;** M¼řterilere çeşitli profesyonel SPA hizmetlerinin g¼nl¼k olarak sunulmasıdır.
- **Destinasyon SPA;** Temel amacı SPA ziyaretçilerine sağlıklı alışkanlıklar kazanması için yardımcı olunması olan faaliyetlerin gerçekteşirildiği yerdir. Destinasyon SPA genellikle SPA hizmetleri, fiziksel fitness aktiviteleri, sağlık eğitimi, sağlıklı mutfak ve kişiye özel program gibi kapsamlı bir program ve yedi g¼nl¼k konaklama ile yaşam şeklinin değiştirilmesini kapsamaktadır.
- **Medikal SPA;** Temel amacı geleneksel-tamamlayıcı SPA hizmetleri ve alternatif terapi-tedaviler ile kapsamlı medikal ve sağlık hizmetlerinin sunumu olan lisanslı sağlık hizmeti kuruluşlarının tam zamanlı ve yerinde y¼r¼tt¼đ¼ SPA faaliyetleridir. Medikal SPA faaliyetleri aynı zamanda Estetik/Kozmetik ve Önleme/İyileştirme prosed¼rleri ve hizmetlerini kapsayabilmektedirler.
- **Kaplıca SPA;** Hidroterapi tedavisinde kullanılan doğal mineralli termal veya deniz suyu kaynaklarının bulunduğu yerlerde sunulan SPA hizmetleridir.
- **Resort/Otel SPA;** SPA hizmetleri, fitness ve sağlık bileşenleri, SPA mutfağı gibi hizmetlerin bir SPA otelinde profesyonel olarak gerçekteştirilmesidir. SPA otelleri aynı zamanda evlerinden uzakta SPA deneyimini yaşamak isteyen iş amaçlı seyahat eden turistler için ideal yerlerdir.

— **Kür:** Tedavi etkeninin belli dozda, seri halde, düzenli aralıklarla, belli sürelerle tekrarlanarak verilmesi ile uygulanan tedavi yöntemidir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2011_a). Ülker (1988: 23) ise kür kavramını sağlıklı yaşam felsefesine uygun yaşayabilme, tedavi olma ve eğlence gibi amaçlarla kaplıca, deniz ve iklim değerlerinden belirli kurallara uyularak yararlanma olarak tanımlamaktadır.

— **Kaplıca, Ilıca ve Kaynarca;** şifalı sulardan yararlanabilmek için kaynarcaların etrafında kurulan hamam ve turistik/tedavi amaçlı tesisler kaplıca olarak adlandırılırken, ılıca üzeri açık olan ve banyo yapmak üzere faydalanılan şifalı sıcak sulardır. Ülkemizin birçok yöresinde ılıcalar “**çermik**” olarak da adlandırılmaktadır. Kaynarca ise şifalı suların yeryüzüne çıktığı kaynağa verilen addır (Bastem, 1997: 21).

— **Kaplıca tedavisi:** Toprak, yer altı ve deniz kaynaklı mineralli sular, gazlar, çamurlar ve iklimsel unsurlar gibi doğal tedavi unsurlarının yöredeki iklim olanakları ve gerekli görülen diğer tedaviler ile birlikte kür tarzında uygulandığı bir tedavi sistemidir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2011_a). Kaplıca tedavisinde termal sular faydalı olmakla birlikte bazı durumlarda zararları da ortaya çıkmaktadır. Örneğin, hastaların akut dönemlerinde, ateşli enfeksiyon rahatsızlıklarında dekompanse organ yetersizliklerinde, aktif tümör varlığında, herhangi bir iç organın infeksiyöz hastalıklarında, aktif ülser olgularında ve kanamalı hastalıklarda doktor tavsiyesi ve kontrolü olmadığı sürece kesinlikle kaplıca tedavisi uygulanmamalıdır (Uygun, 2008: 10).

— **Balneoterapi;** Termomineral sular, peloidler (çamurlar) ve gazlar gibi doğal tedavi unsurlarının banyo, içme ve inhalasyon (soluma) yöntemleri ile kür tarzında tedavi amaçlı kullanılmasıdır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2011_a).

— **İnhalasyon(Solunum Yolu ile kür tedavisi);** Termomineral su zerrecikleri ile yapılan soluma uygulamalarıdır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2011_a).

— **İçme Kürleri;** Mineralli sular ile kaplıcalarda veya yaşanan yerde yapılan içme kürleridir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2011_a). İçme kürleri kimyasal ve fiziksel bileşenleri tedaviye imkan veren sularla, doktor kontrolünde gerçekleştirilmekte ve kürün süresi ile günlük su tüketim miktarı doktor tarafından

belirlenmektedir (Tuncay, 2006; Akt: Sandıkçı, 2008: 23). Balneoterapide termomineral sularla yapılan banyolardan sonra en çok kullanılan yöntem içme kürleridir. İçme kürlerinde kullanılacak su, içme yerine hijyenik koşullara dikkat edilerek doğrudan kaynaktan ulaştırılmaktadır. Kür tarzında belirli sürede ve miktarlarda mineralli suların içilmesi ise sindirim sistemi, böbrekler ve idrar yolları üzerinde olumlu etkiler yaratmaktadır (Sandıkçı, 2008: 11).

— ***Peloidterapi (Çamur tedavisi)***; Doğal jeolojik ve/veya biyolojik olaylar sonucu oluşan organik ve/veya inorganik maddeler olan peloidlerin bir balneoterapi yöntemi olarak kullanılmasıdır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2011_a). Deriye çamur uygulamasının vücut üzerindeki olumlu etkilerinden yararlanma amacıyla gerçekleştirilen peloidterapide kaplıca sularının çamurlarının yanı sıra organik ve inorganik parçacıklar içeren göl, deniz ve volkanik çamurlar da kullanılmaktadır (Külekçi, 2009: 8).

— ***Klimaterapi***; Açık ve temiz havanın şifa verici etkisinden faydalanmak için dağ istasyonları ve deniz kenarlarında uygulanan bir tedavi yöntemi (Avderen, 2011: 45) olan klimaterapi hava sıcaklığı, nem, rüzgar şiddeti ve hızı, güneş ışınımı ve benzeri iklimsel faktörlerin sistematik ve dozlanmış kür şeklinde uygulanmasıdır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2011_a). Klimaterapide önemli olan temel faktörler ise havanın tazeliği, bulunulan yeri rakımı, sıcaklık, güneş alma durumu, nem ve rüzgâr durumudur (Dal, 2007: 6).

— ***Talassoterapi***; Burt ve Price talassoterapiyi deniz suyu, deniz yosunu, su yosunu (alg) ve deniz havasının kullanıldığı suya dayalı antik Yunan tedavi sistemleri olarak tanımlamaktadır (Dal, 2007: 4). Kültür ve Turizm Bakanlığı (2011_a) ise talassoterapiyi “*koruyucu ve tedavi edici ve/veya kür amaçlı olarak tıbbi gözetim ve denetim altında, deniz suyu iklimi ve unsurlarının kür tarzında uygulandığı bir tedavi sistemidir.*” şeklinde tanımlamaktadır. Deniz kürlerinin iyi geldiği çeşitli rahatsızlıklardan bazıları; sinir yorgunlukları, deri hastalıkları, bünyesel yorgunluklar, solunum yolu rahatsızlıkları, romatizmal hastalıklar, kan dolaşımı ve kalp hastalıklarıdır (Sandıkçı, 2008: 12). Kültür ve Turizm Bakanlığı (2011_b) termal turizm kapsamında uygulanan talassoterapi uygulamalarını aşağıdaki gibi sınıflandırmaktadır:

- **Talasso Pool;** Kas gücünün arttırılması, hamilelerin kolay bir doğuma hazırlanmaları, kilo problemi olanların zayıflayabilmeleri için ideal bir yöntemdir. Isıtılmış basınçlı deniz suyu ile dolu olan havuzda profesyonel jimnastik hocası ve fizyoterapist ile çeşitli hareketler yapılır.
- **Afüzyon Duşu Masajı;** Yüzüstü uzanılarak üstten fiskeye ile verilen deniz suyunun yarattığı basınç gücü ile uygulanan bir masaj türüdür. Canlandırıcı, selülit giderici, doku düzenleyici, kan dolaşımını hızlandırıcı ve el masajına hazırlayıcı bir bakımdır. Vücudun direncini arttırıcı, cilt pürüzsüzleştirip güzelleştirici, bazal metabolizmayı düzenleyici ve vücudu dinlendirici bir etki yaratır.
- **Balneo;** Özel küvetlerde 35°C - 38°C sıcaklıktaki deniz suyu kullanılarak uygulanan bu yöntem de hidro masaj ile yosunların vücudu mineralize eden, zayıflatan, dolaşım sistemini hızlandıran ve dengeleyen etkisi bir araya getirilmektedir. Uygulamaya özel yağlar eklendiğinde yosunların etkisi, bakımın niteliğine uygun olarak artar ve zayıflatma ve rahatlatma etkisi ortaya çıkar.
- **Bacak Duşu;** Basınç ayarlı fiskeye ile verilen deniz suyuyla yapılan bir masaj türüdür. Varislerde, eklem romatizmasında, adale ve eklem ağrılarında önerilir. Selülit tedavisinde çok etkilidir. Ayrıca vücut direncini arttırır.
- **Peeling;** Bu bakım vücudu ölü hücrelerden arındırmak için uygulanır. Cildin dayanıklılığını arttırdığı için, temizlenen ve yenilenen cilde uygulanacak bakımlar, ürünlerin cilt tarafından daha kolay emilmesine yardımcı olur ve cildi pürüzsüzleştirir.
- **Vücut Bakımları;** Deniz suyu ve yosunu mineral yönünden doğadaki en zengin ürünlerdir. Bu bakımlarla vücuda peeling uygulanarak ölü derinin atılması ve gözeneklerin açılması sağlanır. Ardından vücuda sürülen yosun maskesi (bodywrap) açılan gözeneklerden vücuda nüfuz eder. Vücut tarafından emilen mineraller ve ısının etkisiyle hizalanan metabolizma toksin atımını sağlar. Yosun maskesinin hem inceltici hem de anti-toksin etkisi vardır.

- **Body Wrap;** Zayıflamada, dolaşım problemlerinde, gevşek cilt dokularına ton kazandırmada, cilt yenilemede kullanılan bu yöntem vücudun özel yosunlardan hazırlanan jel ile sarılması biçiminde uygulanır.
- **Yosun Maskeleri;** Deniz yosunlarının etkisi ile vücutta kaybedilen mineralleri yenileyici, toksin giderici, vücudun su dengesini sağlayıcı bir etkiye neden olur.
- **Göğüs Bakımı;** Göğüsleri mükemmel bir biçime sokmak ve gerginliğini sağlamak için hazırlanan yoğun bir termik model maske kullanılır ve böylelikle göğüslere belli bir model ve form kazandırılır.
- **Cilt Bakımları;** Sağlık ve güzellik birbirinden ayrılmaz iki faktördür. Güzel ve parlak görünen bir cilt insanın kendini temiz ve mutlu hissetmesini sağlar. Bu nedenle cilt bakımı bir Wellness ürünüdür. Sağlıklı ve bakımlı bir cilt için, cildin ihtiyaçlarının saptanması, belli aralıklarda derinlemesine temizlenmesi ve uygun destekleyici maskelerin uygulanması gerekmektedir. Bu, cildin yıpranmasını ve yaşlanmasını geciktirir.
- **Temel Cilt Bakımı;** Cildin derinlemesine temizlenerek cilt tipine ve gereksinimine uygun olarak seçilen maskelerle canlandırılması biçiminde uygulanan temel bir bakımdır.
- **Özel Cilt Bakımı;** Cildin derinlemesine temizlenerek cilt tipine ve gereksinimine uygun olarak seçilen maskelerle ve ampullerle uygulanan özel bir cilt bakımıdır.
- **Göz Çevresi Bakımı;** Göz çevresindeki torbalanmaları ve yorgunluğu gideren maskenin özel rahatlatıcı etkisi ile gözler dinlenir ve yaşlılık etkileri azalır, göz çevresinin daha genç görünmesini sağlar.
- **Dekolte Bakımı;** Dekolte bölgesindeki cilt üzerinde günlük hayatın oluşturduğu olumsuzlukları giderici, ölü deri dokusunu temizleyici maskelerin kullanıldığı bir bakımdır. Yenileyici ve cildi gençleştirici özelliği vardır.

Karagülle (2010) Kùltür ve Turizm Bakanlığı tarafından belirtilen talassoterapi uygulamalarına ilave olarak aşağıdaki uygulamaları belirtmektedir:

- **Whirpool duşu;** Su içinde oluşturulan girdap ile uygulanan masajdır.
- **Kneipp hidroterapi B;** Suyun vücuda dökülmesi, su içinde yürüme gibi suyun daha çok termik ve mekanik etkilerinden yararlanılarak uygulanan tedavi yöntemidir.
- **Hidrojet Banyo;** Banyo sırasında su içinde basınçlı hava ile yapılan masajdır.

— **Hidroterapi;** Termomineral sular ile yapılan yıkama, duř, dökme uygulamalar ve her birey için özel olarak düzenlenen ve ideal olarak amaca uygun inşa edilmiş havuzlarda gerçekteştirilen, sinir-kas-iskelet sistemiyle ilgili fonksiyonları geliştirme-iyileştirme amaçlı bir havuz tedavi programıdır (Kùltür ve Turizm Bakanlığı, 2011_a).

— **Speleoterapi;** Mağaraların içindeki sıcak su kaynakları ve mağara havasından yararlanılarak yapılan kürlerdir (Çevirgen, 1996: 22).

— **Aromaterapi;** Bitki özlerinden elde edilmiş karışımlardan hazırlanan masaj yağlarını kullanarak uygulanan bir masaj yöntemidir. Bu masajda dikkat edilen, temponun düşük ve hareketlerin şiddetinin hafif olmasıdır. Rahatlatıcı, gevşetici ve dinlendirici bir özelliğe sahip bir masajdır. Bu masajda oluşan etki hem yapılan temas hem de uygulanan yağın kimyasal özelliği ile olmaktadır. Farklı amaçlar için elde edilmiş yağlar masaj yağları ile belli oranlarda karıştırılarak uygulanmaktadır (Este Spa, 2011). Aromaterapi tedavi ve/veya bir hastalığın önlenmesi amaçlı kullanıldığında, masajda kullanılan yağların bioaktivitesi ve birlikte kullanımı, uygulamanın dozu ve süresi ve tıbbi tanılar konusunda tam bilgi sahibi olunması gereklidir (Dal, 2007: 4).

Termal turizm kapsamında yukarıda açıklanan kavramların çeşitliliğinden de anlaşılacağı üzere sağlık amaçlı termal turizm faaliyetleri yalnızca termal suyun banyo ve/veya yüzme amaçlı kullanımında ibaret olmayıp, doktorlar ve/veya uzman personel gözetiminde rahatsızlığın türüne ve derecesine göre farklı uygulamaları gerektirmektedir. Dolayısıyla termal turizm faaliyetlerinin tam anlamıyla etkin olarak

gerçekleştirilebilmesi için doktorlar/uzmanlara ve nitelikli tesislere ihtiyaç duyulmaktadır. Bu bağlamda bir destinasyonda termal turizm faaliyetlerinin gelişimi ve sürekliliği için nitelikli termal tesisler oluşturulmalıdır.

Termal tesisler; bir konaklama birimine, birkaç genel kullanıma açık hamama veya banyoya ve bakkal, manav gibi küçük birimlere sahip klasik kaplıcalardan farklı olarak daha nitelikli konaklama birimi veya birimleri, Türk hamamı, kür merkezi, alışveriş merkezi, yiyecek içecek birimleri, rekreasyon birimleri bulunan kompleks yapıdaki tesislerdir (Çelik 2009: 22). Kültür ve Turizm Bakanlığı ise termal tesisleri; termal konaklama tesisleri ve termal kür tesisleri olarak ikiye ayırmakta ve aşağıda belirtildiği gibi tanımlamaktadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2011,):

- Termal konaklama tesisleri; Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesi ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliği'nde tanımlanan asli konaklama tesisleri ile birlikte işletilip belgelendirilen ve bünyesinde yer aldıkları konaklama tesislerinin tür ve sınıfı da belirtilerek isimlendirilen termal tesislerdir. Termal konaklama tesisleri asli konaklama tesislerine ilave olarak; tesis bünyesinde bulunmaması halinde ikinci sınıf lokanta, çeşitli spor aktivitelerine imkân verecek düzenlemeler, açık alanlarda özenli çevre düzenlemesi niteliklerini taşırlar.

- Termal kür tesisleri; Bünyesinde konaklama yapılmadan kür programı çerçevesinde işletilip belgelendirilen termal tesislerdir. Termal kür tesisleri, giriş tesisleri ve satış ünitesi, birinci veya ikinci sınıf lokanta ile kafeterya, çeşitli spor aktivitelerine imkân verecek düzenlemeler, açık alanlarda özenli çevre düzenlemesi niteliklerini taşırlar.

2. TERMAL TURİZMİN TARİHSEL GELİŞİMİ

Sağlık turizmi, dünya turizm hareketlerine katılımda en eski motiflerden biri olarak değerlendirilmektedir (Avcıkurt ve Çeken, 1998: 29). Çok eski zamanlardan beri kullanılmakta olan termal kaynaklardan sağlık ve turizm amaçlı yararlanmalar, dünyada ve Türkiye'de zaman içerisinde önemli gelişmeler göstermiştir (Belkayalı, 2009: 9). Kaplıcalara yönelik arkeolojik kazılar termal suların yaklaşık 10000 yıldan

fazla süredir kaplıca amaçlı tedavi olarak birçok topluluk tarafından kullanıldığını göstermektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2011). Kaplıca amaçlı kullanım ile tarihin değişik dönemlerinde birçok sağlık problemi şifalı suların faydalanılarak tedavi edilmiştir (Özdilek, 2000: 8).

Termal suların kullanımına ilişkin bilgiler tarih öncesi çağlara kadar dayanmaktadır. Tarih öncesi çağlarda Afrika'da Mısır ve Madagaskar'da sıcak suların din ve sağlık amacıyla kullanıldığına dair bilgilere Tevrat'tan ulaşılmakta iken, Cermen ve Kentlerin kullandıkları St. Moritz'de M.Ö 200'li yıllara dayandırılan kaplıca yapıları bulunmuştur. Diğer yandan Hititler ve Frigler'e ait kaplıca kalıntıları Anadolu'da tarih öncesi dönemde sıcak suların tedavi amaçlı kullanıldığına bir kanıt niteliği taşımaktadır (Unutmaz, 1994; Akt: Külekçi, 2009: 9-10). Nitekim arkeolojik kazılar ile Hititler döneminde Ankara'nın Haymana, Bolu'nun Aşağı Babas, Kırşehir'in Karakurt ve Çiçekdağı'nın Bulamaçlı kaplıcaları, Eski Ege Medeniyetleri döneminde Manisa Sard ve Denizli Pamukkale Kaplıcaları, Frigler döneminde ise Afyon Gazlıgöl ve Sivrihisar Çardak kaplıcalarının kullanıldığı ortaya konulmuştur (Aygen, 1979: 9). Ayrıca eski çağlarda şifalı suların çeşme olarak da kullanıldığı bilinmektedir. İzmir Bergama'da yer alan Asklepion'daki çeşmeler, Efes'te bulunan Bülbül dağındaki Meryem Ana Manastırı'nda yer alan çeşmeler şifalı suların çeşme amaçlı kullanımına örnek teşkil etmektedirler (Özdemir, 2001: 37).

Termal sular ile ilgili bilimsel çalışmalar ele alındığında sıcak suların kullanılması ve tedavi etkisi konusunda ilk çalışmaların Yunanlılar tarafından yapıldığı görülmektedir. Yunan bilgini Herodot, kaplıca tedavisinin ana ilkelerinden bahsederken, Yunan Hekimi Hippokrates "De Natura Hominis" isimli kitabında doğal kaynaklarla tedavinin esasını açıklayan ilk bilim adamıdır (Bayer, 1997: 23).

Şifalı ve/veya sıcak sular geçmişte yalnızca tedavi amaçlı kullanılmayıp günümüzde olduğu gibi eğlence ve vakit geçirme amaçlı olarak da kullanılmıştır. Şifalı suların kullanım amacının çeşitlenmesi ile önemi giderek artmış ve kaplıcalar her dönem popüler olmaya başlamıştır. Ülker'e göre (1988: 64) kaplıcalara asıl önem Romalılar döneminde verilmiş ve şifalı suların üzerine kubbeli hamamlar yapılarak özellikle tedavi amaçlı kullanılmıştır. Termal su kaynaklarının bulunduğu yerlere

onları simgeleyen heykeller ve tapınaklar yapan Romalılarda ve Yunanlılarda termal merkezlerin gelişiminde en önemli faktör dini inanışlardır. Romalılar ise dini inanışların yanı sıra askeri ve sosyal amaçlı olarak termal merkezleri yoğun olarak kullanmışlardır. Nitekim termal suların sağlık ve zindelik etkisini bilen Romalılar askerlerini termal suların bol olduğu yerlerde konaklatmışlardır (Sandıkçı, 2008: 26). Ancak Romalıların kurduğu kubbeli hamamların büyük çoğunluğu V. ve VI asırlarda savaşlar ve doğal afetler nedeniyle yıkılmış ve kullanılamaz hale gelmiştir (Aslan, 1996: 25; Akt: Kırkbir, 2007: 15).

Roma İmparatorluğu'nun bölünmesinden sonra Doğu Romalılar veya bilinen adı ile Bizanslılar Roma hamamlarını örnek alarak ve Roma hamamlarını daha da geliştirerek termal turizme katkıda bulunmuşlardır. Bizanslıların kurdukları ve kullandıkları en büyük kaplıca olan Yalova o dönemde bir kaplıca merkezi haline dönüşmüş ve çevresine dinlenme ve eğlenme merkezleri kurulmuştur (Bayer, 1997: 24).

Bizanslıların termal turizme olan katkıları Anadolu Selçukluları ile devam etmiştir. Anadolu topraklarına gelerek yerleşik düzene geçen Anadolu Selçukluları Romalılar ve Bizanslıların yıkılmış olan kaplıcalarını yeniden inşa ederek halkın kullanımına sunmuşlardır. Bu dönemde inşa edilen çeşmeler, kurnalar ve su tahliye sisteminin bulunduğu hamamlar, Türk hamamının dünyaca tanınmasına sebep olmuştur (Özbey, 1979: 17).

Bizans döneminden kalma eski kaplıcaların yenilenmesi ve yeni kaplıcaların yapımı Osmanlı İmparatorluğu döneminde de devam etmiştir. Nitekim günümüzde de önemini koruyan Kütahya-Yoncalı, Kırşehir-Karakurt ve Bursa-Çekirge kaplıcalarında Selçuklu ve Osmanlı dönemine ait hamamlar bulunmaktadır (Doğaner, 2001: 75).

Termal turizme hizmet eden hamamlar ve şifalı çeşmelerin önemi ve gelişim trendi Ortaçağ Avrupa'sında tersine dönmüştür. Hıristiyanlığın doğması ve akabinde cisme hor bakan inanışla yıkanmayı günah sayması, Ortaçağ'da temizlik ve yıkanma ile ilgili her şeyin yok edilmesine neden olmuştur. Rönesans devrinde ise düşünce yapısındaki değişime paralel olarak modern kaplıcaların gelişme olanaklarını bilen kişiler Avrupa'da birçok modern kaplıca açmıştır (Terzioğlu, 2009: 8). Nitekim 1789

Fransız İhtilali'nin sonrasında Avrupa'da halk tekrar termal tesisleri kullanmaya başlamış, I. ve II. Dünya savaşı zamanında ise Almanya ve Fransa'daki birçok kür merkezi orduya hizmet etmiştir (Erhan, 2010: 21).

1970 ve 1980'li yıllarda ise kaplıçalarda yaşlı insanlar kadar genç ziyaretçilerinde ağırlanması için Batı Avrupa Kaplıcalarında klasik tedavi yöntemlerinin yanı sıra sağlığın devamı, sağlığın daha iyi hale getirilmesi ve vücut zindeliğinin kazanılmasına yönelik yenilikler yapılmıştır. Bu yenilikler ile kaplıçalarda yeni ürünler sunulmaya başlanmış ve kaplıçalara yeni boyutlar ve farklı ölçütler kazandırılmıştır (Terzioğlu, 2009: 8)

Konuyla ilgili yapılan açıklamalardan da anlaşılacağı üzere, Anadolu antik çağlardan bu yana termal kaynakların sürekli kullanıldığı ve şifalı suların her dönem önemi koruduğu bir coğrafya olmuştur. Efes, Hierapolis, Afyon, Yalova gibi birçok bölgede kaplıca, çeşme ve hamamlar hem sağlık amaçlı hem de rekreatif kullanılmışlardır. Bu bağlamda Anadolu coğrafyası dünyada termal turizme her dönem hizmet eden önemli bir bölge ve Afyonkarahisar ili de bu bölgede önemli bir merkez olmuştur.

3. DÜNYADA TERMAL TURİZM

Bilgi teknolojileri ve internet kullanımının yaygınlaşması ile birlikte bilginin dünyanın çok farklı noktalarına çok kısa sürede ulaşması, diğer tüm sektörlerde olduğu kadar termal turizmde de olumlu etkiler yaratmıştır. Diğer yandan sağlık kuruluşlarının ve birçok ülke yönetiminin termal sular ile tedavi faaliyetlerine destek vermesi, termal suların dünya genelinde daha fazla kullanılmasını teşvik etmiştir.

Söz konusu gelişmeler ışığında günümüzde dünyanın birçok ülkesindeki pek çok kaplıca milyonlarca insan tarafından tedavi ve/veya dinlenme amaçlı olarak kullanılmaktadır (Kırkbir, 2007: 16). Günümüzde Orta Doğu ülkeleri, Japonya, Çin Halk Cumhuriyeti, Türkiye, Güney, Orta ve Doğu Avrupa ülkeleri, Arjantin, Meksika, Kolombiya, Fas ve Tunus gibi ülkeler başta olmak üzere termal turizm bütün kıtalarda popüleritesini sürdürmektedir (Dal, 2007: 13). Diğer yandan Dünya Turizm Örgütü'nün 19 ülkede gerçekleştirdiği araştırma sonuçlarına göre termal

turizmin en çok Avrupa ülkelerinde yerleştiği ve geliştiği görülmektedir (Özbek, 1991; Kaynar, 2005; Akt: Külekçi, 2009: 11). Avrupa ülkelerinde yerel özellikleri ve gelenekleri ile büyümeye devam eden termal turizm (SPA) endüstrisi temel olarak çok çeşitli doğal kaynakların ve bu kaynakların terepatik özelliklerinin kullanımına dayanmaktadır. Fransa'nın 1200, Macaristan'ın 447, İtalya'nın 264, İsviçre'nin 250, Almanya'nın 165, İspanya'nın 128, Çek Cumhuriyeti ve Slovakya'nın 57 ve İsveç'in 7 termal kaynağı Avrupa kıtasında iyi bilinen termal turizm bölgeleri konumundadır (Cocean, 1999; Akt: Dinu, Zbucnea ve Cioacă, 2010: 10).

3.1. DÜNYADAKİ BAŞLICA TERMAL TURİZM DESTİNASYONLARI

Bu bölümde termal turizm alanında gerek modern tesisleri gerekse de sahip oldukları olumlu imajlar nedeniyle dünyanın önemli termal merkezleri konumundaki ülkelerden Amerika Birleşik Devletleri, Hindistan, Japonya, Almanya, Macaristan, Çek Cumhuriyeti, İtalya, Fransa ve diğer önemli ülkelere ait açıklamalara yer verilecektir.

3.1.1. Amerika Birleşik Devletleri

Termal/SPA turizmi alanında uluslararası bir birlik olan Uluslararası SPA Birliği'nin (ISPA- International SPA Association) dünya çapındaki 1200 üyesini kapsayan araştırmalarında termal turizm alanındaki hızlı gelişim trendi açıkça görülmektedir. ISPA'nın araştırmalarına göre, SPA merkezlerinin yaptığı satışlar 1998 yılında % 41, 1999 yılında ise % 47 oranında artmıştır. Satışlardaki artışlar işletmelerin cirolarına yansımış, bunun sonucunda SPA merkezlerinin ciroları 1998'de %18, 1999'da ise %27 artış göstermiştir (Yücel, 2003). Termal turizm alanındaki hızlı gelişim trendi günümüzde de devam etmektedir. Nitekim ISPA'dan elde edilen ve Tablo 1'de gösterilen Amerika Birleşik Devletlerine ait termal/SPA endüstrisi verileri sektörel büyümenin devam ettiğini göstermektedir (ISPA, 2009).

Tablo 1: Amerika Birleşik Devletleri SPA/Termal Endüstrisi

	2007 (Yılsonu verileri)	2008 (Yılsonu verileri)	Değişim Yüzdesi
Gelir	10.9 milyar \$	\$12.8 milyar \$	% 17.8
SPA/termal ziyaret sayısı	138 milyon	160 milyon	% 15.8
SPA/termal merkezi sayısı	17,900	21,300	% 18.8

	2008 (Haziran ayı verileri)	2009 (Mart ayı verileri)	Değişim Yüzdesi
Toplam işgören sayısı	303,700	340,600	% 12.2
Tam zamanlı çalışan	143,300	158,200	% 10.5
Part-Time çalışan	112,000	112,300	% 0.3
Sözleşmeli çalışan	48,500	70,100	% 44.5

Kaynak: Uluslararası SPA Birliği (ISPA) 2009.

Tablo 1 verilerine ilave olarak, Amerika Birleşik Devletleri termal/SPA endüstrisinde toplam SPA'ların %79'u günlük SPA'lardan oluşmaktadır ve medikal SPA'lar SPA türleri içerisinde en hızlı büyüyen SPA konumundadırlar. Nitekim 2007-2009 yılları arasında medikal SPA'ların büyüme oranı % 85'tir (ISPA, 2009).

3.1.2. Hindistan

Sağlık turizmi ve tedavi alanında Hintli doktorlar dünyanın en iyi doktorları arasında kabul edilmektedir. Diğer yandan Hindistan'da yapılan yatırımlar, hizmet kalitesi, ucuz fiyat alternatifleri sayesinde sağlık turizmi yükselişini sürdürmektedir (Arıbal, 2008; Akt: Atar, 2011). Günümüzde dünya sağlık turizminden en fazla payı alan ülkelerden birisi konumundaki Hindistan'a her ay yaklaşık olarak 15000 medikal SPA amaçlı turist gitmektedir. Yıllık %30'luk bir büyüme oranına sahip ülkenin 2012 sağlık turizmi gelirlerinin 1.2 milyar pound olması beklenmektedir (Aksu, 2009: 33).

3.1.3. Japonya

Japonya’da termal turizm faaliyetlerine çok önem verilmiş ve başarılı yatırımlar yapılmıştır (Aksu, 2009). Kültür ve Turizm Bakanlığı (2011_c) verilerine göre Japonya’da yaklaşık 1500 kaplıca bulunmakta ve bu kaplıcalarda yaklaşık 100 milyon geceleme yapılmaktadır. Nitekim ülkenin önde gelen termal kaynakları birer termal tatil köyüne dönüştürülerek hizmete açılmıştır. Termal tatil köyü isimleri ise genellikle “sıcak su kaynağı” anlamında kullanılan “onsen” kelimesi ile yer isimlerinin birleştirilmesi ile oluşturulmaktadır. Japonya Ulusal Turizm Örgütü (2011) verilerine göre ülkede bulunan önemli termal tatil köyleri aşağıdaki gibidir:

— **Jozankei-onsen;** Shikotsu-Toya ulusal parkı içerisinde yeşil bir vadide bulunan Jozankei-onsen termal merkezinde Toyohira-Gawa nehrinin sıcak sularında dolaşma ve orman havası ile tedavi imkanları bulunmaktadır.

— **Noboribetsu-onsen;** Noboribetsu-onsen termal merkezi dokuz farklı termal kaynağı bünyesinde bulundurmaktadır. Bunlar arasında sülfürlü sular, demirli sular ve cildi güzelleştiren alüminyum sülfatlı sular en popüleridir. Su sıcaklığı ise 45C° ile 90C° arasında değişmektedir.

— **Hanamaki-onsen;** Hanamaki-onsen Termal Merkezi özellikle Hanamaki’de yaşayan kişiler tarafından yıllardır termal kaynak ve terepatik tedavi amaçlı kullanılmakta olup ülkede oldukça popülerdir.

— **Zao-onsen;** Zao-onsen Termal Merkezi yaklaşık 1900 yıl önce bulunmuştur. Asidik sülfür içeren termal suları özellikle sabun kalıpları yapmak için ideal olan merkez halk arasında “çocuklarda sağlığı besleyen su” olarak bilinmektedir.

— **Ginzan-onsen;** Obanazawa’da Ginzan nehri kenarında üç ve dört katlı ahşap tesislerden oluşan termal merkezi yaklaşık 500 yıl önce keşfedilmiştir ve günümüzde de yoğun olarak kullanılmaktadır.

— **Akiu-onsen;** Akiu-onsen Termal Merkezi yaklaşık %90’ı ormanlar ve dağlarla kaplı olan Sendai kasabasında yer almaktadır. Bölgede modern konaklama tesisleri 15 km.lik yürüyüş parkuru mevcuttur. Bölgede bulunan ve 55 metre yükseklikten akan Akiu-Otaki şelalesinin sesi ve görüntüsü Akiu-onsen Termal Merkezinin sembolü konumundadır.

— **Iwaki-Yumoto-onsen;** Iwaki-Yumoto-onsen Termal Merkezi özellikle Hawaii’li ziyaretçilerin Termal merkezi olarak bilinmektedir. Merkez bünyesinde barındırdığı beş adet temalı park ile dünyanın en büyük açık alan termal kaynağı konumundadır.

3.1.4. Almanya

Almanya diğer turizm türlerinde olduğu gibi sağlık turizminde de dünyanın önde gelem ülkelerinden biridir. Nitekim dünyadaki en iyi termal sağlık sistemlerinden birisine sahip olan Almanya tüm insanların en temel ihtiyacı olan sağlığı gözettiği için yalnızca sağlıklı yaşamaya ihtiyaç olmadığını aynı zamanda sağlıklı ölüme ihtiyaç olduğunu düşünmektedir (Dal, 2007: 15). Ayrıca Almanya’nın sahip olduğu sağlık turizmi tecrübesi dünyanın ve kıta Avrupa’sının bu alanda gelişmesinin en önemli kaynağı olmuştur (Avcıkurt ve Çeken, 1998: 29). Çelik (2009: 41) Almanya’nın toplam 269 kaplıca ve sağlık tesisine sahip olduğunu belirtmektedir. Türkiye Jeotermal Derneği (2010) ise Almanya’daki Kür ve Tedavi tesislerinde 12 milyon ziyaretçinin 65 milyon geceleme yaptığını belirtmektedir. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2011_e) verilerine göre ülkede termal turizm amaçlı toplam 750.000 yatak kapasitesi mevcut olup, yalnızca Das Leuze Kaplıca ve Rekreasyon tesislerini yıllık ortalama 3.000_{kişi/gün} kişi ziyaret etmektedir. Diğer yandan tedavi ücretlerinin sosyal sigorta kurumlarınca karşılanması nedeniyle yıl boyu devam eden kürlerin ortalama geceleme süresi 14 gün olmaktadır (Terzioğlu, 2009: 9). Almanya’da bulunan kaplıcalarda çok çeşitli hizmetler, farklı tüketici ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde, diğer turizm çeşitleri ile entegre olarak geliştirilmişlerdir. Ayrıca, alt ve üst yapı tesisleri ve tıbbi uygulama, teknik ve bilimsel yönden oldukça ileri sistemlerle yapılmakta ve eski tesislerin de kısa zamanda çağdaş düzeye getirilmesi çabaları sürmektedir (Külekeçi, 2009: 12).

Almanya’nın önemli termal merkezlerini Dal (2007: 15-16) aşağıdaki şekilde aktarmıştır;

— **“Bad Füssing;** 1.000 metre derinlikten çıkarılan suların sıcaklığı 56 C⁰ olduğu Bad Füssing’te 3 adet termal kür merkezi, golf sahası, konser ve müzik alanları, tiyatrolar, restoranlar ve lüks butikler mevcuttur. SPA/wellness,

aromaterapi, shiatsu (Japon masajı), meditasyon, anti-aging, talassoterapi, deniz yosunu tedavileri, sauna ve buhar banyoları merkezde sunulan başlıca hizmetlerdir.

— **Baden Baden;** Baden Baden Almanya'daki en prestijli ve en eski termal kaynaklardan birisidir. Roma döneminden bu yana bilinen sıcak kaynaklar XIX. yüzyılda Avrupa soyluları için sosyal bir merkez konumunda olmuştur. Caracalla, Arena Vita, Cara Vitalis, Freidrichsbad bölgedeki termal merkezler olup, bu merkezlerde, check-up, rehabilitasyon, SPA/wellness, anti-stres, anti-aging, masaj, fitness, talassoterapi hizmetleri sunulmaktadır. Golf alanları, bisiklete binme, festival tiyatrosu, lüks restoranlar ve butikler merkezdeki temel rekreasyonel alanlardır (Sanner, 2000).

— **Bad Kissingen;** Rakoczy, Pandur, Max Well, Luitpoldsrudel, Roundwell ve Beatiful Fount bölgedeki 7 termal merkezdir. Bölgede termal tedavi için 30 klinik ve sanatoryum (tedavi merkezi) bulunmaktadır. Merkezde uygulanan temel tedavi yöntemleri, BMS terapi, Parkinson ve psikosomatik tedaviler iken, koruyucu /önleyici tedaviler ise anti-aging ve well-being programları, klasik termal su kürleridir (Proje Yönetim A.Ş, 2006).”

3.1.5. Macaristan

Macaristan Avrupa kıtasında yer alan bir diğer önemli destinasyondur. Gelişmiş turistik otellerin %80'inin termal otel olduğu (Terzioğlu, 2009: 9) Macaristan'da termal turizme katılan kişilerin masraflarının %95'i sosyal sigortalar kurumu tarafından karşılanmaktadır (Aksu, 2009: 34).

Termal turizm alanında en gelişmiş ülkelerden birisi olarak kabul edilen ülkede tam donanımlı ve gerekli altyapıya sahip 120'den fazla kür merkezi bulunmaktadır. Günümüzde 385 kasabada termal veya medikal su, 35 gerekli kalite standartlarına sahip medikal SPA, 55 medikal/SPA otel, 38 wellness oteli bulunmaktadır (Bender, 2007; Akt: Dal, 2007: 17).

Macaristan'da termal suların değeri temel olarak termal su içerisinde çözülmüş halde bulunan madensel maddelerin balneolojik faydalarına dayanmaktadır. Diğer yandan ülkede termal turizm talebi tüm yıla eşit şekilde yayılmış, turizm arzı da ülke geneline yayılma eğilimi göstererek ülkenin hemen

hemen her bölgesinin termal turizmden dengeli bir gelir etmesi sağlanmıştır. Termal turizm amaçlı gelen turistler ise üst gelir grubuna ait ve bölgeyi tekrar ziyaret eden turist niteliğindedirler (Çelik, 2009: 38).

3.1.6. Çek Cumhuriyeti

Çekoslovakya ve Slovakya'nın ayrılması ile Çek Cumhuriyeti adını alan Çek Cumhuriyeti bir orta Avrupa ülkesidir. Çek Cumhuriyeti 60 termal/SPA merkezi ve yıllık olarak 460.000 hastanın bu merkezleri ziyareti ile (Dal, 2007: 19) termal turizm alanında önemli bir ülke konumundadır.

Çek Cumhuriyeti'nde bulunan birçok kaplıca Avrupa'daki en eski kaplıcalar konumundadır ve J.W. Goethe, Rus Çarı Büyük Peter, Avusturya imparatoriçesi Maria Theresa gibi saygın kişiler tarafından ziyaret edilmişlerdir. Çek Cumhuriyeti'nde termal merkezler doğal iyileştirici kaynakların (mineralli sular, gazlar ve peloidler) yoğun olarak bulunduğu 37 SPA kasabasında toplanmıştır. Dünyaca ünlü Karlovy Vary, Mariánské Lázně, Františkovy lázně veya diğer merkezlerde Çek kaplıcalarının ününün kaynağı olan birinci sınıf hizmetler sunulmaktadır. Diğer yandan her bir SPA vücudun farklı bölümlerinin tedavisinde uzmanlaşmış olup, kişiye özel prosedür ve programlar uygulanmaktadır (www.czechtourism.com, 14.03.2011).

3.1.7. İtalya

İtalya geçmişi antik Roman dönemine uzanan iyileştirme tedavisi geleneği ile dünyada en fazla termal/SPA merkezin bulunduğu ülkedir. Ülke boyunca kuzeyden güneye doğal termal kaynakların etrafında oluşturulmuş termal merkezlerde termal deneyimi yaşamak mümkündür. Söz konusu merkezler ise terepatik özellikleri ve mükemmel estetik tedavi ile ünlüdürler. Ülkede eski çağlardan kalma termal merkezlerde doğal saunalar, bitkilerle çevrelenmiş gizli mağaralar ve vücudu zinde kılan-cildi iyileştiren demir mineralinin güzel bir şekilde koktuğu sıcak buharlar ile eski dönemlerin çekiciliği yaşanabilmektedir. Saturnia, Montecatini, San Gimignano, Abano, Salsomaggiore, Trentino-Alto Adige, Umbria, Tuscany ve Ischia İtalya'daki dünyaca ünlü termal/SPA merkezlerinin bazılarıdır (İtalya Turizm Bakanlığı, 2011).

3.1.8. Fransa

Uluslararası turizm hareketlerinde önemli bir destinasyon olan Fransa deniz tedavisi ve denizden uzak iç kesimlerdeki sağlık merkezleri ile en zengin termal turizm ürünlerine sahip ülkelerden birisidir. Ülkedeki termal tesisler bilimsel ve teknik bakımdan donatılmış, sportif, turistik, artistik ve eğlence birimleriyle zenginleştirilmiştir (Terzioğlu, 2009: 9).

Fransa'da kaplıca suları ile tedaviye olan ilgi XVI. yüzyılın sonunda başlamıştır. Ülkede farklı nitelikteki zengin kaynaklara sahip kaplıcalar tüm ülke geneline yayılmış durumdadır (Avcıkurt ve Çeken, 1998: 30). Fransa'da en önemli termal merkezler Les Thermes D'Aix-Les-Bains, Therme Evian, Region Provence-Alpes-Côte-D'Azur, Region Poitou-Charente ve Region Auvergne (Dal, 2007: 17-18).

3.1.9. Diğer Ülkeler

Termal turizm alanında Avrupa kıtasında önem arz eden ülkelerden bir diğeri ise Avusturya'dır. Hemen hemen her yıl devlet bütçesi gelirlerinin üçte birini şifalı sulardan ve dolayısıyla termal turizmden sağlayan Avusturya'da tıbbi turizm ve özellikle şifalı sular büyük önem taşımaktadır (Avcıkurt ve Çeken, 1998: 30). Uygun termal kaynaklara ve buna bağlı olarak kaplıca ve sağlık merkezlerine sahip olan İspanya, Portekiz ve Yunanistan gibi ülkeler ise daha çok iç piyasaya yönelik hizmet sunumuna önem vermektedirler (Terzioğlu, 2009: 9). Diğer yandan Rusya'nın bazı kesimlerinde kaliteli SPA merkezleri bulunmakta ve Rus vatandaşları yılda en az bir defa bu merkezleri ziyaret etmektedirler. Nitekim Rusya ve diğer Baltık ülkelerinde kür amaçlı SPA kullanımı oldukça yaygındır (Dal, 2007: 21).

Avrupa kıtasında termal turizm alanında önem taşıyan bir diğer ülke de Bulgaristan'dır. Bulgaristan, sıcaklığı 100 C⁰ ye ulaşan çok sayıda mineralli suya sahip bir ülkedir. 500'den fazla termal kaynağın bulunduğu ülkedeki SPA merkezlerinde kaynak suları içme kürlerine imkân sağlayacak şekilde çeşmelerden akmaktadır. Bulgaristan'da yer alan merkezlerde balneoloji ve rehabilitasyon uygulamaları ile kronik solunum rahatsızlıkları, lokomotor sistem rahatsızlıkları,

sinir sistemi rahatsızlıkları, kadın hastalıkları gibi rahatsızlıklar tedavi edilmektedir (Çelik, 2009: 38-39).

İKİNCİ BÖLÜM

TÜRKİYE'DE VE AFYONKARAHİSAR'DA TERMAL TURİZM

1. TÜRKİYE'DE TERMAL TURİZM

Jeolojik açıdan Alpin Orojenik kuşağı olarak adlandırılan genç bir dağ zinciri ve aynı zamanda önemli bir jeotermal kuşak üzerinde bulunan Türkiye jeotermal kaynak zenginliği ve potansiyeli açısından dünyada ilk 7 ülke içerisinde, Avrupa'da ise 1. (birinci) sırada yer almaktadır. Diğer yandan Türkiye'deki termal sular debi, sıcaklık, fiziksel ve kimyasal özellikler itibarıyla Avrupa'da bulunan termal sulardan daha üstün niteliktedir. Türkiye'de debileri 2-500_{lt/sn} arasında değişen ve sıcaklıkları 20 C⁰ nin üzerinde 1500'den fazla kaynak bulunmaktadır. Söz konusu termal kaynaklar eriyik maden değeri yüksek, kükürt, radon ve tuz bakımından zengin, doğal çıkışlı ve bol su verimli kaynaklar konumundadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2011_d). Şekil 1'de Türkiye'deki önemli termal/kaplıca merkezleri görülmektedir.



Şekil 1: Türkiye'nin Termal/Kaplıca Haritası

Kaynak: Aydın Termal, 2011.

Şekilde 1’de gösterilen verimli termal kaynaklara rağmen Türkiye’de termal turizm Kültür ve Turizm Bakanlığı, ilgili turizm kuruluşları ve üniversitelerden tarafından turizm ürünü çeşitlendirmesi ve mevsimselliğin azaltılması yönünde üzerinde çalışılan -görel olarak- yeni bir konsept konumundadır (Dal, 2007: 21). Nitekim Türkiye’de otel+kür merkezi+kür parkı şeklinde işletilen çok az sayıda tesis bulunmakta; diğer termal tesislerin birçoğunda sadece konaklama birimleri gelişmiş, kür merkezleri yapılmamış termal su havuzları ise aksesuar olarak kullanılmaktadır (Erhan, 2010: 10).

Termal turizm alanında Türkiye’de istenilen gelişmelerin sağlanabilmesi için öncelikle geleneksel kaplıca kullanımı yerine kür parkı, kür merkezi ve konaklama entegrasyonu sağlayan tesisleri bünyesinde bulunduran uluslararası standartlara sahip nitelikli tesislerin yapımı ve kullanımının artması gerekmektedir (Uygun, 2008: 15-16). Bununla birlikte özellikle son dönemde açılan termal tesislerde standart hizmetlere ilave olarak geliştirilmiş yiyecek içecek birimleri, market, manav, fırın, kasap gibi unsurlar ve farklı nitelikte konaklama üniteleri, hamam, havuz ve banyo seçenekleri bulunmaktadır. Modern termal tesisler sahip oldukları bu imkanlar ile özellikle son beş yılda doluluk oranı ve fiyatlar bakımından tatil köylerine bariz bir üstünlük sağlamaktadır (Çelik, 2009: 31).

Termal turizmin gelişimi konusunda en etkin kurumlardan birisi Kültür ve Turizm Bakanlığı’dır. Kültür ve Turizm Bakanlığı termal kaynakları turizmin çeşitlendirilmesi ve turizmi tüm yıla yayma politikasının bir alt başlığı olarak görmektedir (Yıldırım, 2008: 24). Kültür ve Turizm Bakanlığı yeni geliştirdiği Termal Turizm Kentleri Projesi ile jeotermal kaynak potansiyelini dikkate alarak yeni bölgesel alanların tespitini, alt yapı imkânlarının araştırılmasını, mülkiyet durumunu belirlemeyi hedeflemektedir. Tüm bu veriler ile bölgedeki alternatif turizm imkânlarını ilişkilendirip termal amaçlı yeni açılımlar getirmeyi amaçlamaktadır (Uygun, 2008: 16). Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın 2023 Türkiye Turizm Stratejisi kapsamında Sağlık Turizmi ve Termal Turizm alanında belirlemiş olduğu hedefler ise şu şekildedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007: 35):

— Troya, Frigya ve Afrodisya bölgelerinin her biri termal ve kültür temalı bölgesel varış noktası olarak geliştirilecek, termal ve kültür turizmi kapasitesinin

alternatif turizm türleri ile bütünleşmesi sağlanarak yakın çevredeki diğer kültürel ve doğal değerlerle de ilişkilendirilecektir.

— Jeotermal kaynakların bulunduğu bölgeler dikkate alınarak etaplamalar şeklinde tüm kaynakların değerlendirilmesine yönelik çalışmalar sürdürülecektir.

— Kültür ve Turizm Bakanlığınca bugüne kadar ilan edilen termal turizm merkezlerine ilişkin imar planları ve revizyon imar planlama çalışmaları tamamlanacaktır.

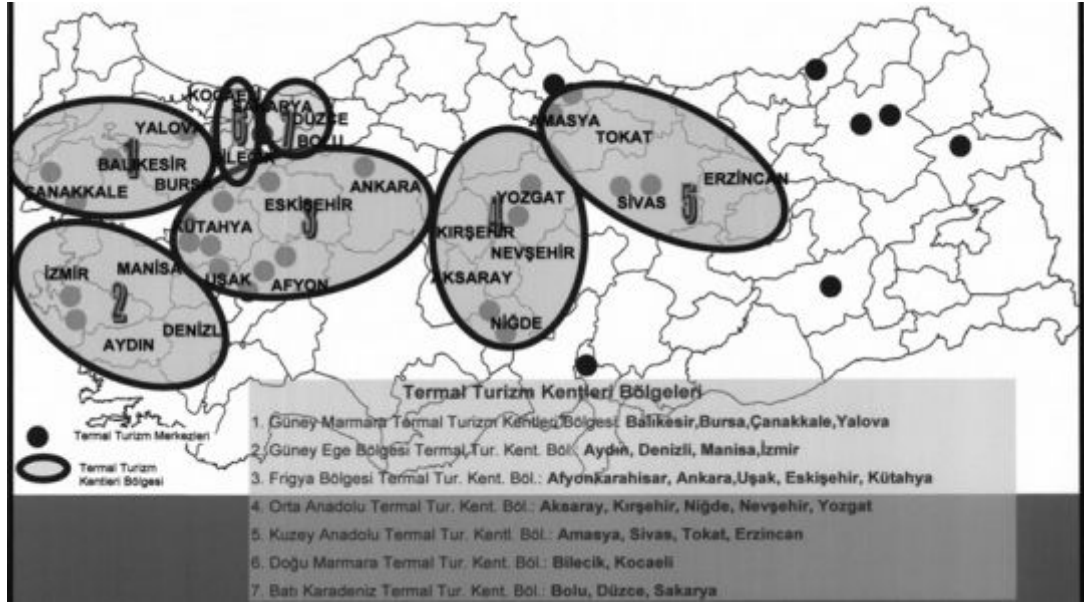
— Avrupa’da termal turizm konusunda birinci varış noktası olması sağlanacaktır.

— Jeotermal suyun etkin bir şekilde dağıtımını amacıyla belirlenen pilot bölgelerde mahalli idareler birliği ve dağıtım şirketleri kurulması yönünde çalışmalar yapılacaktır.

— Jeotermal kaynak odaklı ‘Turizm Merkezi’ ve/veya “Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi” ilan edilebilecek alanlar belirlenerek fiziki planlarının tamamlanmasından sonra turizm yatırımcılarına tahsisi kısa bir sürede gerçekleştirilecektir.

Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından 2023 Türkiye Turizm Stratejisi kapsamında belirlenen hedefler doğrultusunda diğer turizm türleri ile entegre olabilecek ve destinasyon oluşturabilecek kapasiteye sahip termal turizm bölgeleri belirlenmiştir. Bu bölgeler aşağıda listelenmekte ve Şekil 2’de gösterilmektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2011_n);

- Güney Marmara Bölgesi; Çanakkale, Balıkesir, Yalova.
- Frigya Bölgesi; Afyonkarahisar, Kütahya, Uşak, Eskişehir, Ankara.
- Güney Ege Bölgesi; İzmir, Manisa, Aydın, Denizli.
- Orta Anadolu Bölgesi; Yozgat, Kırşehir, Nevşehir, Niğde.
- Kuzey Anadolu Bölgesi; Amasya, Sivas, Tokat, Erzincan
- Doğu Marmara Bölgesi; Bilecik, Kocaeli
- Batı Karadeniz Bölgesi; Bolu, Düzce, Sakarya



Şekil 2: Türkiye Termal Turizm Kentleri Bölgeleri

Kaynak: Piri, 2009.

Şekil 2’de görüldüğü gibi Türkiye’de termal turizm alanında çok sayıda önemli merkez bulunmaktadır. Bu termal merkezler seçilmiş olan bazı kaplıcaların sahip olduğu termal suların özellikleri ve tedavi edici özellikleri Kültür ve Turizm Bakanlığı verilerinden faydalanılarak Tablo 2’de sıralanmıştır. Çalışmanın ilerleyen bölümünde Afyonkarahisar iline ait kaplıcalar detaylı olarak ayrı bir başlık altında inceleneceği için Tablo 2’de yer verilmemiştir.

Tablo 2: Türkiye Termal Turizm Merkezleri ve Termal Sularının Özellikleri

Termal su özellikleri		Tedavi özellikleri
Aksaray Ziga Kaplıcaları		
Fiziksel Özellikler	Renksiz, Berrak	Banyo uygulamaları şeklinde romatizmal hastalıkların kronik dönemlerinde yardımcı/tamamlayıcı tedavisinde, helioterapi/UV ile birlikte kullanılarak kaşıntılı ve döküntülü hastalıkların tedavisinde yardımcı/tamamlayıcı tedavi yöntemi olarak, ortopedik ve nörolojik rahatsızlıkların rehabilitasyonunda kullanılabilir.
Kimyasal Özellikler	Termomineral kükürtlü sodyum, bikarbonatlı, karışık formda su olarak tanımlanmıştır. Çözünmüş H ₂ S miktarı 41.2 mg/lt.’dir.	
Mineralizasyon	1669.5 mg/lt.	
Sıcaklık	62-68 °C	

Tablo 2 Devamı		
Termal su özellikleri		Tedavi özellikleri
Ağrı Diyadin Kaplıcaları		
Fiziksel Özellikler	-	Cilt hastalığı, özellikle romatizma, nevrin nöroloji, kadın hastalıkları, kemik ve kireçlenme hastalıkları, siyatik ve metabolizma bozukluğu gibi hastalıklarının tedavisinde yararlanılmaktadır.
Kimyasal Özellikler	Bikarbonat, klorür, sülfat, kalsiyum, karbondioksit gazı içermektedir.	
Fiziko kimyasal özellikler	-	
Radyoaktivite	-	
Mineralizasyon	1000 mg/lt.	
Sıcaklık	72-78 °C	
Amasya Hamamözü Kaplıcası		
Fiziksel Özellikler	-	Kaplıca suyunun müzmin ağırlı romatizmal hastalıklara, sinir sistemi hastalıklarına, beyin çarpması sonucu oluşan felç ile çocuk felci sonrasında, kalp-damar ve tansiyon rahatsızlıklarında, ruhsal bozukluklarda, bel fıtığı veya siyatik sorunlarında, kadınların adet düzensizliklerinde, hormon düzensizliğinde, cilt ve kepeklenmede ve yaşlılarda rahatlamada yararlı özellikleri olduğu bilinmektedir.
Kimyasal Özellikler	Bikarbonatlı (%80.03 milival), Kalsiyumlu (%50.64 milival), Sodyumlu (%28.01milival)Karbondioksitli bileşime sahiptir. İzotermal, hipertenik (6.92 milival/lt), oligometalik (700.9 milival/lt) özelliğindedir.	
Fiziko kimyasal özellikler	Ph:6.67	
Radyoaktivite	-	
Mineralizasyon	476.57 mg/lt.	
Sıcaklık	42.5 °C	
Ankara Ayaş Kaplıcası		
Fiziksel Özellikler	Berrak	Hekim kontrolünde banyo uygulamaları şeklinde ortopedik ve nörolojik sekellerin rehabilitasyonunda, kronik dönemdeki romatizmal hastalıkların rehabilitasyonunda; içme uygulamaları şeklinde mide barsak sisteminin fonksiyonel rahatsızlıklarında, safra kesesinin fonksiyonel rahatsızlıklarında tamamlayıcı tedavi yöntemi olarak kullanılmaktadır.
Kimyasal Özellikler	Sülfatlı mineralli su, Sodyum, kalsiyum, magnezyum, demir-alüminyum içermektedir.	
Fiziko kimyasal özellikler	Ph:8.06 İletkenlik 754	
Radyoaktivite	-	
Mineralizasyon	9042,3 mg/lt.	
Sıcaklık	30.5-51 °C	
Ankara Kızılcahamam Kaplıcaları		
Fiziksel Özellikler	Renksiz, kokusuz, tortusuz, az gazlı	İnflamatuvar romatizmal hastalıkların kronik dönemlerinde; noninflamatuvar eklem hastalıklarının; yumuşak doku hastalıklarının tedavisinde tamamlayıcı tedavi unsuru olarak, uzun süreli hareketsiz kalma durumlarında mobilizasyon çalışmalarında, kronik dönemdeki seçilmiş nörolojik rahatsızlıklarda, cerebral palsy gibi hastalıkların tedavisinde rehabilitasyon amacıyla, stres bozukluğu, nörovegetatif distoniler örneklerindeki gibi genel stres bozukluklarında ve spor yaralanmalarında tamamlayıcı tedavi unsuru olarak; içme kürleri şeklinde florür içermesi nedeni ile osteoporozda, bikarbonatlı nitelikte olmasından ötürü üst gastrointestinal sistemin fonksiyonel rahatsızlıklarında yardımcı tedavi unsuru olarak kullanılabilir niteliktedir.
Kimyasal Özellikler	Flüorürlü, sodyum bikarbonatlı termomineralli sudur.	
Fiziko kimyasal özellikler	Ph: 7.03, İletkenlik 2571 milival.	
Radyoaktivite	-	
Mineralizasyon	2374,88- 2859, 62 mg/lt.	
Sıcaklık	37-41 °C	

Tablo 2 Devamı		
Termal su özellikleri		Tedavi özellikleri
Aydın Davutlar Kaplıcası		
Fiziksel Özellikler	Kendine has tat, renk (Pt, Co)5, bulanıklık normal değerde, çökelti yok.	İnflamatuvar romatizmal hastalıkların kronik dönemlerinde noninflamatuvar eklem hastalıklarının; yumuşak doku hastalıklarının tedavisinde tamamlayıcı tedavi unsuru olarak, uzun süreli hareketsiz kalma durumlarında mobilizasyon çalışmalarında, kronik dönemdeki seçilmiş nörolojik rahatsızlıklarda, cerebral palsy gibi hastalıkların tedavisinde rehabilitasyon amacıyla, stres bozukluğu, nörovejetatif distoniler örneklerindeki gibi genel stres bozukluklarında ve spor yaralanmalarında tamamlayıcı tedavi unsuru olarak; banyo ve helioterapi (güneş banyosu) uygulamaları ile birlikte döküntülü ve kaşıntılı dermatolojik hastalıkların tedavisinde yardımcı/tamamlayıcı tedavi unsuru olarak; uygun partikül boyutlarının sağlayacak pulverizasyon yöntemleri kullanıldığında inhalasyon yoluyla solunum sisteminin kataral rahatsızlıklarında tamamlayıcı/destekleyici tedavi unsuru olarak kullanılabilir niteliktedir.
Kimyasal Özellikler	Sodyum florürlü, florürlü karışık nitelikte termominerali sudur.	
Fiziko kimyasal özellikler	PH: 6,5 Elektrik iletkenliği: 9730 $\mu\text{x}/\text{cm}$ Yoğunluğu: 1.0060 gr/cm^3	
Mineralizasyon	6016,97 mg/lt.	
Sıcaklık	42.5 °C	
Aydın Alangüllü Kaplıcası		
Fiziksel Özellikler	Kendine has Tat, renk (Pt-Co) 31, bulanıklık 9, çökelti yok.	Banyo uygulamaları şeklinde romatizmal ve nörolojik hastalıkların kronik dönemlerinde, ortopedik sekellerin yardımcı/tamamlayıcı tedavisi unsuru olarak kullanılabilir niteliktedir.
Kimyasal Özellikler	Sodyum klorürlü - Bikarbonatlı karışık nitelikte termominerali sudur.	
Fiziko kimyasal özellikler	PH: 7.2 Elektrik iletkenliği: 5710 $\mu\text{x}/\text{cm}$ Yoğunluğu: 1.0041 gr/cm^3	
Mineralizasyon	3777,93 mg/lt	
Sıcaklık	65-78 °C	
Balkesir Güre Kaplıları		
Fiziksel Özellikler	Renksiz, Berrak	Kaplıca suyunun, romatizmal hastalıklar, kadın hastalıkları, cilt hastalıkları, kronik iltihabi sendromlar, üst solunum yolları astım, guatr, kireçlenmeler, sedef, böbrek taşı ve kumları ve karaciğer rahatsızlıklarına olumlu etkileri görülmektedir.
Kimyasal Özellikler	Sodyum:227.3 mg/l, Amonyum 9.39 mg/l, Co2:44 mg/l Kalsiyum:32.2 mg/l, Florür: 5,965 mg/l, Magnezyum:2,4 mg/l	
Fiziko kimyasal özellikler	Ph:6,78, Ec:1450 s, sertlik:19,5Frs, Salitine: %005, Bi-karbonat:29,3 mg/l, Demir:0,032 Nitrat:3,845 mg/lt	
Mineralizasyon	1007,235 mg/lt	
Sıcaklık	37 °C	
Balkesir Gönen Kaplıları		
Fiziksel Özellikler	Renksiz, Berrak	Hekim kontrolünde banyo uygulamaları ile kas-iskelet sisteminin ortopedik, nörolojik ve romatolojik hastalıklarının rehabilitasyonunda ve romatolojik hastalıkların tedavisinde kullanılabilir niteliktedir.
Kimyasal Özellikler	Tuzlu, sülfatlı, bikarbonatlı	
Fiziko kimyasal özellikler	Ph:7,7, sertlik:20Frs, Toplam Tuz: 841Fr	
Radyoaktivite	-	
Mineralizasyon	1796.9 mg/lt	
Sıcaklık	78 °C	

Tablo 2 Devamı		
Termal su özellikleri		Tedavi özellikleri
Balıkesir Sındırgı Kaplıları		
Fiziksel Özellikler	Renksiz, Berrak	Kaplıca suyunun romatizmal hastalıklar, dolaşım hastalıkları, kırık sekelleri, cilt hastalıkları, siyatik ve her türlü nevralsi, çeşitli felçler, adale hastalıkları ve atrofilleri, kadın hastalıkları, hastalık ve ameliyat sonrası rahatsızlıklar ve metabolizma bozukluklarının tedavisinde kullanılabilir nitelikte olduğu görülmektedir.
Kimyasal Özellikler	Ph:7,7, Sertlik: 20Frs, Toplam Tuz: 841 Fr,	
Fiziko kimyasal özellikler	Ph:7,7, sertlik:20Frs, Toplam Tuz: 841Fr	
Radyoaktivite	-	
Mineralizasyon	1205,76 mg/lt	
Sıcaklık	47 °C	
Diyarbakır Çermik Melike Belkıs Kaplıcaları		
Fiziksel Özellikler	-	Kaplıca suyunun iltihaplı romatizma, nevrit, polinevrit, çocuk felci, kadın hastalıklarında ve üst solunum yolları enfeksiyonu tedavisinde olumlu etkisi görülmektedir.
Kimyasal Özellikler	Sodyum, bikarbonat, sülfat, iyot, bromür	
Fiziko kimyasal özellikler	PH: 7.6	
Radyoaktivite	-	
Mineralizasyon	1048, 295 mg/lt	
Sıcaklık	48 °C	
Kırşehir Terme Kaplıcaları		
Fiziksel Özellikler	Renksiz kokusuz	İnflamatuvar romatizmal hastalıkların kronik dönemlerinde; kronik bel ağrısı, osteoartrit gibi noninflamatuvar eklem hastalıklarının; miyozit, tendinit, travma, fibromiyalji sendromu gibi yumuşak doku hastalıklarının tedavisinde tamamlayıcı tedavi unsuru olarak, Ortopedik operasyonlar, beyin ve sinir cerrahisi sonrası gibi uzun süreli hareketsiz kalma durumlarında mobilizasyon çalışmalarında, kronik dönemdeki seçilmiş nörolojik rahatsızlıklarda, cerebral palsy gibi hastalıkların tedavisinde rehabilitasyon amacıyla, stres bozukluğu, nörovejetatif distoniler örneklerindeki gibi genel stres bozukluklarında ve spor yaralanmalarında tamamlayıcı tedavi unsuru olarak; içme kürleri şeklinde osteoporozda yardımcı tedavi unsuru olarak kullanılabilir niteliktedir.
Kimyasal Özellikler	Florürlü (2.2 mg/lt),karışık nitelikte termomineralli	
Fiziko kimyasal özellikler	Ph:6.51	
Radyoaktivite	-	
Mineralizasyon	1534.21 mg/lt	
Sıcaklık	36.2-41.5 °C	
Bolu Karacasu Kaplıcası		
Fiziksel Özellikler	Kokusuz, kendine özgü tat,0,3 Pt./Co.	İnflamatuvar romatizmal hastalıkların kronik dönemlerinde; kronik bel ağrısı, osteoartrit gibi noninflamatuvar eklem hastalıklarının; tedavisinde tamamlayıcı tedavi unsuru olarak, ortopedik operasyonlar, beyin ve sinir cerrahisi sonrası gibi uzun süreli hareketsiz kalma durumlarında mobilizasyon çalışmalarında, kronik dönemdeki seçilmiş nörolojik rahatsızlıklarda, cerebral palsy gibi hastalıkların tedavisinde rehabilitasyon amacıyla, stres bozukluğu, nörovejetatif distoniler örneklerindeki gibi genel stres bozukluklarında ve spor yaralanmalarında; içme kürü uygulaması şeklinde osteoporozda tamamlayıcı tedavi unsuru olarak kullanılabilir niteliktedir.
Kimyasal Özellikler	Florürlü karışık nitelikte termomineralli su.	
Fiziko kimyasal özellikler	İletkenlik (1 548 µs/cm), yoğunluk (1.0069 mg/cm ³)	
Radyoaktivite	-	
Mineralizasyon	1318 mg/lt	
Sıcaklık	44 °C	

Tablo 2 Devamı		
Termal su özellikleri		Tedavi özellikleri
Bursa Çekirge Kaplıcaları		
Fiziksel Özellikler	Renksiz, berrak.	İnflamatuvar romatizmal hastalıkların kronik dönemlerinde; kronik bel ağrısı, osteoartrit gibi noninflamatuvar eklem hastalıklarının; miyozit, tendinit travma, fibromiyalji, sendromu gibi yumuşak doku hastalıklarının tedavisinde tamamlayıcı tedavi unsuru olarak, ortopedik operasyonlar beyin ve sinir cerrahisi gibi uzun süreli hareketsiz kalma durumlarında mobilizasyon çalışmalarında, kronik dönemdeki seçilmiş nörolojik rahatsızlıklarda, cerebral palsy gibi hastalıkların tedavisinde rehabilitasyon amacıyla, stres bozukluğu, nörovejetatif distoniler örneklerdeki gibi genel stres bozukluklarında ve spor yaralanmalarında tamamlayıcı tedavi unsuru olarak; içme kürleri şeklinde florür içermesi nedeni ile osteopozda yardımcı tedavi unsuru olarak kullanılabilir niteliktedir.
Kimyasal Özellikler	Bikarbonat, klorür, florür, sülfat, kalsiyum, magnezyum, sodyum, potasyum, lityum, anyon ve katyon iyonlar.	
Fiziko kimyasal özellikler	Ph:6,5, Ec:1450 Sertlik:19,5 Frs Salitine: %005 Bi-karbonat:29,3 mg/l Demir:0,032 Nitrat:3,845 mg/l	
Mineralizasyon	1150-1268 Mg/l	
Sıcaklık	57,6 84,2 °C	
Çanakkale Ezine-Kestanbol Kaplıcaları		
Fiziksel Özellikler	Banyo ve içme kürlerine elverişlidir	Romatizma, kadın hastalıkları, solunum yolları, sinir ve kas yorgunluğu, eklem kireçlenmesi, ameliyat sonrası rahatsızlıklarında olumlu etki yaptığı görülmektedir
Kimyasal Özellikler	Klorürlü (Sodyumlu) Demirli / Florürlü radyo aktif birleşimi.	
Fiziko kimyasal özellikler	PH değeri 5,9	
Mineralizasyon	21508 mg/litre mineral değeri vardır.	
Sıcaklık	82 °C Radon değeri	
Çanakkale Kırkgeçit Kaplıcası		
Fiziksel Özellikler	Renksiz, berrak.	İnflamatuvar romatizmal hastalıkların kronik dönemlerinde; kronik bel ağrısı, osteoartrit gibi noninflamatuvar eklem hastalıklarının; miyozit, tendinit travma, fibromiyalji, sendromu gibi yumuşak doku hastalıklarının tedavisinde tamamlayıcı tedavi unsuru olarak, ortopedik operasyonlar beyin ve sinir cerrahisi gibi uzun süreli hareketsiz kalma durumlarında mobilizasyon çalışmalarında, kronik dönemdeki seçilmiş nörolojik rahatsızlıklarda, cerebral palsy gibi hastalıkların tedavisinde rehabilitasyon amacıyla, stres bozukluğu, nörovejetatif distoniler örneklerdeki gibi genel stres bozukluklarında ve spor yaralanmalarında tamamlayıcı tedavi unsuru olarak; içme kürleri şeklinde florür içermesi nedeni ile osteopozda yardımcı tedavi unsuru olarak kullanılabilir niteliktedir.
Kimyasal Özellikler	Kalsiyum karbonat, florür, sülfat, kalsiyum, magnezyum, sodyum, potasyum, lityum, anyon ve katyon iyonlar.	
Fiziko kimyasal özellikler	Na-So4 (Sodyum sülfatlı grup).	
Mineralizasyon	462,75 Mg/litre mineral değeri vardır.	
Sıcaklık	52-58 °C	
Denizli Pamukkale-Karahayit Kaplıcası		
Fiziksel Özellikler	Berrak.	Radyoaktivitesi yüksek olan kaplıca suları, kalp, damar sertliği, yüksek tansiyon, romatizma-siyatik, deri sinir, lumbago, gibi hastalıklarla uyuz, sivilce, kaşıntı gibi deri hastalıklarına karşı tamamlayıcı tedavisinde olumlu etkileri görülmektedir. Ayrıca kaplıca suyunun tedavi özellikleri tesisler bünyesinde verilmiştir.
Kimyasal Özellikler	Kalsiyum Magnezyum Bikarbonatlı, Florürlü sudur.	
Fiziko kimyasal özellikler	Ph: 5,83 - 6,02	
Mineralizasyon	3176,9 mg/Lt	
Sıcaklık	35 -100 °C	

Tablo 2 Devamı		
Termal su özellikleri		Tedavi özellikleri
Erzurum Ilıca Kaplıcası		
Fiziksel Özellikler	Berrak, Hafif Sarı.	Banyo uygulamaları şeklinde kas iskelet sisteminin romatizmal, ortopedik ve nörolojik hastalıkların rehabilitasyonunda içme uygulamaları şeklinde mide ve bağırsak sisteminin hiperasidite ile seyreden rahatsızlıklarında tamamlayıcı tedavi olarak, idrar yollarının taş oluşumu ile seyreden rahatsızlıklarında tamamlayıcı tedavi olarak kullanılmaktadır. Havuz suyunda bol miktarda kükürt bulunmakta olup, bu suyun romatizmal hastalıklar, mide ağrıları, böbrek hastalıkları, kadın hastalıkları ve cilt hastalıklarının tedavisinde olumlu etkileri görülmektedir.
Kimyasal Özellikler	Sodyum: 112 mg/Lt, Magnezyum:47,4 mg/Lt Demir- Alüminyum: 3,6 Klor: 1403 mg/Lt Hidrokarbon: 1970 mg/Lt Sodyum, kalsiyum sülfat, bikarbonatlı termal sular, aynı zamanda 4 mg/l florür, 332 mg/lit karbondioksit içermekte olup radyoaktif özelliğe sahiptir.	
Fiziko kimyasal özellikler	Elektrik iletkenliği: 6 lt	
Mineralizasyon	3535,8 mg/lit.	
Sıcaklık	39.4 °C	
Erzurum Pasinler Kaplıcaları		
Kimyasal Özellikler	Bikarbonatlı (%50.42milival), Klorür (%46.74) Sodyum (%71.56milival), Karbon dioksit(%423,8 mg/lit) Radyoaktif (1308poi/lit), Metabolik asit (37.66 mg/lit).	Romatizma, sinir ve kas yorgunluğu, sinirsel hastalıklar, eklem ve kireçlenme gibi hastalıklara olumlu etki yaptığı bilinmektedir.
Fiziko kimyasal özellikler	Bikarbonatlı, Klorürlü, Sodyumlu, karbondioksitli ve Kısmen Radyoaktif bir bileşime sahiptir.	
Mineralizasyon	4051 mg/litre eriyik mineral değerine sahip bulunmaktadır	
Sıcaklık	39-45 °C	
Eskişehir Sakarnıca Kaplıcaları		
Fiziksel Özellikler	Renksiz, Berrak, H2S kokulu hipertermal, hipotonik	Hekim kontrolünde banyo uygulamaları şeklinde kronik dönemdeki romatizmal hastalıkların tedavisinde, ortopedik ve nörolojik hastalıkların iyileştirilmesinde, içme uygulamaları şeklinde üst gastrointestinal sistemin fonksiyonel rahatsızlıklarında tamamlayıcı tedavi unsuru olarak kullanılabilir. Hekim kontrolünde banyo uygulamaları şeklinde romatizmal ve nörolojik hastalıkların kronik dönemlerinde, ortopedik sekellerin yardımcı/tamamlayıcı tedavisinde kullanılabilir niteliktedir. Birçok hastalığın tedavisi yanında iyi bir dinlenme ve dinçlik kazanmak için de tercih nedenidir.
Kimyasal Özellikler	Bikarbonatlı (%83.3), magnezyumlu (%32.1 minival), termal sular sınıfına girmektedir. 126.5 kg/lit karbondioksit	
Fiziko kimyasal özellikler	Ph: 6.75 iletkenlik: 4657.6, Co2:1.71	
Mineralizasyon	2305 mg/lit.	
Sıcaklık	57°C	
İzmir Balçova Kaplıcaları		
Fiziksel Özellikler	Renksiz, Berrak	Hekim kontrolünde banyo uygulamaları şeklinde romatizmal ve nörolojik hastalıkların kronik dönemlerinde, ortopedik sekellerin yardımcı/tamamlayıcı tedavisinde kullanılabilir niteliktedir. Birçok hastalığın tedavisi yanında iyi bir dinlenme ve dinçlik kazanmak için de tercih nedenidir.
Kimyasal Özellikler	Sodyum, kalsiyum sülfat, bikarbonatlı termal sular, aynı zamanda 4,6 mg/lit florür, 112.46 mg/lit karbondioksit içermekte olup radyoaktif özelliğe sahiptir.	
Fiziko kimyasal özellikler	Ph: 6,42	
Mineralizasyon	1487 mg/lit.	
Sıcaklık	90°C	

Tablo 2 Devamı		
Termal su özellikleri		Tedavi özellikleri
Osmaniye Haruniye Kaplıcaları		
Fiziksel Özellikler	-	Romatizma, deri, sinirsel hastalıklar ile kadın hastalıkları, beslenme bozukluğu, karaciğer, safra kesesi, mide ve bağırsak hastalıklarına olumlu etki yapmaktadır.
Kimyasal Özellikler	Kalsiyum, magnezyum, sülfür, sülfat, bikarbonatlı termal sular, aynı zamanda 4 mg/lt florür, 332 mg/lt karbondioksit içermekte olup radyoaktif özelliğe sahiptir.	
Fiziko kimyasal özellikler	Ph:6,0 -7,0	
Mineralizasyon	1150-1190 mg/lt arasında değişmektedir.	
Sıcaklık	32 °C	
Rize Çamlıhemşin Ayder Kaplıcaları		
Fiziksel Özellikler	Kokusuz, Normal, Renk: 1.0	İnflamatuvar romatizmal hastalıkların kronik dönemlerinde; kronik bel ağrısı, osteoartrit gibi noninflamatuvar eklem hastalıklarının; miyozit, tendinit, travma, fibromiyalji sendromu gibi yumuşak doku hastalıklarının tedavisinde tamamlayıcı tedavi unsuru olarak; ortopedik operasyonlar, beyin ve sinir cerrahisi sonrası gibi uzun süreli hareketsiz kalma durumlarında mobilizasyon çalışmalarında; kronik dönemdeki seçilmiş nörolojik rahatsızlıklarda, cerebral palsy gibi hastalıkların tedavisinde rehabilitasyon amacıyla, stres bozukluğu, nörovegetatif distoniler örneklerindeki gibi genel stres bozukluklarında ve spor yaralanmalarında tamamlayıcı tedavi unsuru olarak kullanılabilir niteliktedir.
Fiziko kimyasal özellikler	Ph:8.3 İletkenlik:184.3, Co2:0.13 gr./lt.	
Mineralizasyon	143.27 mg/lt.	
Sıcaklık	53°C	
Samsun Havza Kaplıcası		
Kimyasal Özellikler	Arsenik, çelik, silis, sodyum, sülfat, kısmen kalsiyum bikarbonatlı termal sular radyoaktif özelliğe sahiptir.	Doktor kontrolünde banyo uygulamaları şeklinde romatizmal hastalıkların kronik dönemlerinde yardımcı/tamamlayıcı tedavisinde, ortopedik ve nörolojik rahatsızlıkların rehabilitasyonunda kullanılabilir.
Mineralizasyon	629,285 mg/lt.	
Sıcaklık	56 °C	
Samsun Ladik Kaplıcası		
Fiziksel Özellikler	Renksiz, Berrak	Romatizma, sinir ve kas yorgunluğuna, eklem bozukluğuna, çocuk felcine, kadın hastalıklarına, sinirsel rahatsızlıklarda, eklem kireçlenmeleri tedavilerinde ve ameliyat sonrası yorgunluğa olumlu etkileri görülmektedir.
Kimyasal Özellikler	Sodyum, lityum, potasyum, kalsiyum sülfat, magnezyum, bromür bikarbonatın yanı sıra metasilikat asit ve metaborik asit bulunmakta	
Mineralizasyon	Ph:7.2	
Sıcaklık	35.5-50 °C	
Nevşehir Kozaklı Kaplıcaları		
Fiziksel Özellikler	-	Termal su romatizma, kan dolaşımı, solunum yolu, sinir ve sindirim hastalıkları, deri ve kalp hastalıkları, iç salgı sistemi bozuklukları, böbrek ve idrar yolları hastalıkları, kadın hastalıkları, göz ve kemik hastalıkları, kireçlenmeler ve ameliyat sonrası hastalıkların tamamına iyi gelmektedir.
Kimyasal Özellikler		
Fiziko kimyasal özellikler		
Mineralizasyon		
Sıcaklık		

Tablo 2 Devamı		
Termal su özellikleri		Tedavi özellikleri
Sakarya Akyazı Kuzuluk Kaphcaları		
Fiziksel Özellikler	Kokusuz, Gazlı, Renk 4.0, Bulanıklık 0.56	İnflamatuvar romatizmal hastalıkların kronik dönemlerde; kronik bel ağrısı, osteoartrit gibi noninflamatuvar eklem hastalıklarının; yumuşak doku hastalıklarının tedavisinde tamamlayıcı tedavi unsuru olarak, ortopedik operasyonlar, beyin ve sinir cerrahisi sonrası gibi uzun süreli hareketsiz kalma durumlarında mobilizasyon çalışmalarında, kronik dönemdeki seçilmiş nörolojik rahatsızlıklarda, cerebral palsy gibi hastalıkların tedavisinde rehabilitasyon amacıyla, stres bozukluğu, nörovegetatif distoniler örneklerindeki gibi genel stres bozukluklarında ve spor yaralanmalarında tamamlayıcı tedavi unsuru olarak kullanılabilir niteliktedir.
Kimyasal özellikler	Florürlü (2.46 mg/lt), karışık nitelikte termomineral su	
Fiziko kimyasal özellikler	Ph: 7.22	
Mineralizasyon	2259.842 mg/lt	
Sıcaklık	84°C olan kaynak 40°C ye soğutuluyor	
Sivas Balıklı Çermik Kaphçası		
Fiziksel Özellikler	2-10 cm büyüklüğünde Cyprinide (Sazangiller familyasından), Cyprinion Macrostamus (Beni Balığı) ve Gara rufa (Yağlı Balık)	Balıklı Çermik Kaphçası ülkemizde termal turizm açısından büyük bir öneme sahiptir. Tedavi özelliği ile dünyada benzeri bulunmayan Kangal Balıklı Kaphçası sedef hastalığı olmak üzere diğer cilt hastalıkları için son derece olumlu etkilere sahiptir. Dişleri olmayan ve 2 -10 cm uzunluğunda olan Cyprinide (Sazangiller familyasından), Cyprinion Macrostamus (Beni balığı) ve Garra rufa (Yağlı balık) türündeki balıklar 36 - 37 °C sıcaklıktaki suyun yumuşatmış olduğu ve tahriş olmuş durumdaki veya herhangi bir enfeksiyonla oluşmuş cilt dokusundaki yaraları, egzama, cerahatli sivilceler ve sedef hastalığı oluşumları gibi kabarık yara kabuklarını kopararak cildi pürüzsüz hale gelmesini sağlarlar. Kaphça suyunun biyolojik ve tedavi edici yönünün Selenyum (1.3 :ppm) içeriğinden kaynaklandığı da bilinmektedir.
Kimyasal Özellikler	Bikarbonatlı (%73.19 milival), Kalsiyumlu (%58.21 milival) Magnezyumlu (%27.76 milival)	
Fiziko kimyasal özellikler	Ph: 7.40	
Mineralizasyon	389 mg/lt	
Sıcaklık	36-37 ° C	
Sivas Balıklı Çermik Kaphçası		
Fiziksel Özellikler	2-10 cm büyüklüğünde Cyprinide (Sazangiller familyasından), Cyprinion Macrostamus (Beni Balığı) ve Gara rufa (Yağlı Balık)	Balıklı Çermik Kaphçası ülkemizde termal turizm açısından büyük bir öneme sahiptir. Tedavi özelliği ile dünyada benzeri bulunmayan Kangal Balıklı Kaphçası sedef hastalığı olmak üzere diğer cilt hastalıkları için son derece olumlu etkilere sahiptir. Dişleri olmayan ve 2 -10 cm uzunluğunda olan Cyprinide (Sazangiller familyasından), Cyprinion Macrostamus (Beni balığı) ve Garra rufa (Yağlı balık) türündeki balıklar 36 - 37 °C sıcaklıktaki suyun yumuşatmış olduğu ve tahriş olmuş durumdaki veya herhangi bir enfeksiyonla oluşmuş cilt dokusundaki yaraları, egzama, cerahatli sivilceler ve sedef hastalığı oluşumları gibi kabarık yara kabuklarını kopararak cildi pürüzsüz hale gelmesini sağlarlar. Tedaviden olumlu sonuç alınabilmesi için üç hafta (21 gün) süre ile günde üç defa havuza girilmesi ve iki saat süre ile suda kalınması tavsiye olunmaktadır. Kaphça suyunun biyolojik ve tedavi edici yönünün Selenyum (1.3 :ppm) içeriğinden kaynaklandığı da bilinmektedir.
Kimyasal Özellikler	Bikarbonatlı (%73.19 milival), Kalsiyumlu (%58.21 milival) Magnezyumlu (%27.76 milival)	
Fiziko kimyasal özellikler	Ph: 7.40	
Mineralizasyon	389 mg/lt	
Sıcaklık	36-37 ° C	

Tablo 2 Devamı		
Termal su özellikleri		Tedavi özellikleri
Tokat Reşadiye Kaplıcaları		
Fiziksel Özellikler	Kokusuz, Gazlı, Renk 122.0(pt/co), S:02-21.7, Renksiz, Berrak	İnflamatuvar romatizmal hastalıkların kronik dönemlerde; kronik bel ağrısı, osteoartrit gibi noninflamatuvar eklem hastalıklarının; miyozit, tendinit, travma, fibromiyalji sendromu gibi yumuşak doku hastalıklarının tedavisinde tamamlayıcı tedavi unsuru olarak, ortopedik operasyonlar, beyin ve sinir cerrahisi sonrası gibi uzun süreli hareketsiz kalma durumlarında mobilizasyon çalışmalarında, kronik dönemdeki seçilmiş nörolojik rahatsızlıklarda, cerebral palsy gibi hastalıkların tedavisinde rehabilitasyon amacıyla, stres bozukluğu, nörovegetatif distoniler örneklerindeki gibi genel stres bozukluklarında ve spor yaralanmalarında tamamlayıcı tedavi unsuru olarak kullanılabilir niteliktedir.
Kimyasal özellikler	Sodyum, Potasyum, Magnezyum	
Fiziko kimyasal özellikler	Ph:6.86, İletkenlik:4657.6, Co2:1.71	
Radyoaktivitesi	13-25	
Sıcaklık	48-52 °C	
Yozgat Sorgun Kaplıcaları		
Fiziksel Özellikler	Renksiz, Berrak, Yumuşak	Romatizmal hastalıklar, kadın hastalıkları, hastalık ve ameliyat sonrası rahatsızlıklar ve metabolizma bozukluklarına iyi geldiği belirlenmiştir.
Kimyasal özellikler	Sülfatlı, Sodyum Klorür, Sodyum Sülfat	
Sıcaklık	50-75 °C	
Yalova Termal Kaplıcaları		
Fiziksel Özellikler	Renksiz, Berrak	Romatizmal hastalıklar, dolaşım hastalıkları, kırık sekelleri, cilt hastalıkları, siyatik ve her türlü nevralji, çeşitli felçler, adale hastalıkları ve atrofilleri, kadın hastalıkları, hastalık ve ameliyat sonrası rahatsızlıklar ve metabolizma bozuklukların tedavisinde kullanılabilir niteliktedir.
Kimyasal özellikler	Sodyum, kalsiyum, sülfat ve florür	
Fiziko kimyasal özellikler	Sertlik 39,3 Frs, Ph:6,88	
Mineralizasyon	1643,38 mg/lt	
Sıcaklık	66.2 °C	
Kütahya Yoncalı Kaplıcaları		
Fiziksel Özellikler	Akratotermal sular grubundadır	Banyo uygulamaları şeklinde ortopedik ve nörolojik sekellerin rehabilitasyonunda, kronik dönemdeki romatizmal hastalıkların rehabilitasyonunda kullanılabilir nitelikte olduğu saptanmıştır.
Kimyasal özellikler	Kalsiyum, sodyum bikarbonat ve sülfat	
Mineralizasyon	843,23 mg/lt	
Sıcaklık	42 °C	
Kütahya Yoncalı Kaplıcaları		
Fiziksel Özellikler	Oligometrik sular grubu	Romatizma, cilt, sinir, kadın hastalıkları, karaciğer yetmezliği, böbrek ve safra kesesi iltihaplarına olumlu etkileri görülmektedir.
Kimyasal özellikler	Kalsiyum, Magnezyum ve Bikarbonat.	
Fizikokimyasal özellikler	Ph: 7,3	
Sıcaklık	25-43 °C	

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2011.

Türkiye’de termal turizme ilişkin üst yapı arzı incelendiğinde araştırmamız yapıldığı dönem itibarıyla Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan termal turizm işletme belgeli termal tesis sayısının 29 olduğu, diğer yandan Sağlık Bakanlığı’ndan Kaplıca

İşletme Ruhsatı alan 72 adet tesis olduğu görülmektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2011_f ve 2011_g). Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan termal turizm işletme belgeli termal tesislerin listesi Tablo 3'te verilmiştir.

Tablo 3: Kültür ve Turizm Bakanlığı Termal Turizm İşletme Belgeli Tesisler

İşletmenin Adı	İşletmenin Türü/Sınıfı	İşletmenin Adı	İşletmenin Türü/Sınıfı
Asya Pamukçu Termal	5 Yıldızlı Otel	Spa Hotel Club the Marmaris	4 Yıldızlı Otel
Asyafin	5 Yıldızlı Otel	Termalya Otel	4 Yıldızlı Otel
Çelik Palas Oteli	5 Yıldızlı Otel	Bolu Termal Oteli	3 Yıldızlı Otel
İkbal Termal Otel	5 Yıldızlı Otel	Doktorun Yaşam Oteli	3 Yıldızlı Otel
Korel Termal Oteli	5 Yıldızlı Otel	Gimpaş	3 Yıldızlı Otel
Rosa Resort Oteli	5 Yıldızlı Otel	Grand İpek Palas Termal Otel	3 Yıldızlı Otel
Sheraton Çeşme Hotel Resort & Spa	5 Yıldızlı Otel	Natur-Med Doğal Tedavi ve Kaplıca Kür Oteli	3 Yıldızlı Otel
Termal Resort Oruçoğlu	5 Yıldızlı Otel	Şifa Hayat Suyu Kaplıca Oteli	3 Yıldızlı Otel
Adramis Termal Otel	4 Yıldızlı Otel	Entur Termal Tesis	2 Yıldızlı Otel
Balçova Termal Otel	4 Yıldızlı Otel	Gözlek Termal Tesisleri	2 Yıldızlı Otel
Gönen Kaplıca Oteli	4 Yıldızlı Otel	Çeşme Altinyunus	1. Sınıf Tatil Köyü
Gönlüferah Oteli	4 Yıldızlı Otel	Tuzla İçmeler Oteli	1 Yıldızlı Otel
İlica Spa & Wellness Thermal Resort	4 Yıldızlı Otel	Kaplıca Tesisleri Fizik ve Rehabilitasyon Merkezi	Özel Konaklama Tesis
Kervansaray Termal Oteli	4 Yıldızlı Otel	T.C. Sağlık Bakanlığı Yalova Kaplıcaları İşletme İdaresi	Özel Konaklama Tesis
Kozaklı Grand Termal Otel	4 Yıldızlı Otel		

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2011_f.

Türkiye'de termal turizm ile ilgili bir diğer önemli husus termal işletmelere gelen turist sayısı ve turistlerin ortalama kalış süreleridir. Özellikle Avrupa kıtası ve Uzakdoğu'da yer alan termal merkezlerde tedavi ve sağlık amaçlı konaklamalarda ortalama kalış süreleri iki ve üç hafta olarak gerçekleşmekte iken Türkiye'de tedavi ve sağlık amaçlı konaklamalardaki ortalama süresi Tablo 4'te görüldüğü üzere oldukça kısadır. Tablo 4'de 2009 yılı Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan termal turizm işletme belgeli tesislere ait geliş sayısı, geceleme sayısı, ortalama kalış süresi ve doluluk oranları aylar itibarıyla verilmiştir. Tablo 4'e göre termal turizm işletme belgeli tesislerdeki ortalama kalış süresi yabancı turistlerde 5,1 iken, bu oran yerli turistlerde 2,1'e düşmektedir. Toplam ortalama kalış süresi olan 2,3 geceleme

dikkate alındığında Türkiye’de termal turizm faaliyetlerinin diğer ülkelere göre farklı algılandığı anlaşılmaktadır.

Tablo 4: Termal Turizm İşletme Belgeli Tesislere Giriş ve Geceleme Sayıları

AYLAR	TESİSE GELİŞ SAYISI			GECELEME			ORTALAMA KALIŞ SÜRESİ			DOLULUK ORANI %		
	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam
Ocak	892	23114	24006	2680	42676	45356	3,0	1,8	1,9	1,48	23,59	25,07
Şubat	1 628	21293	22921	7969	36178	44147	4,9	1,7	1,9	4,88	22,14	27,02
Mart	502	15973	16475	4333	27522	31855	8,6	1,7	1,9	2,40	15,22	17,61
Nisan	830	18423	19253	5033	31455	36488	6,1	1,7	1,9	2,88	17,97	20,84
Mayıs	1 220	23524	24744	8567	43675	52242	7,0	1,9	2,1	4,74	24,15	28,88
Haziran	1 768	20112	21880	11398	41115	52513	6,4	2,0	2,4	6,51	23,49	30,00
Temmuz	2 050	26572	28622	12712	71299	84011	6,2	2,7	2,9	7,03	39,42	46,44
Ağustos	2 308	22976	25284	11838	64127	75965	5,1	2,8	3,0	6,54	35,45	42,00
Eylül	1 249	16504	17753	7572	37536	45108	6,1	2,3	2,5	4,33	21,44	25,77
Ekim	1 230	23220	24450	6206	52878	59084	5,0	2,3	2,4	3,18	27,12	30,30
Kasım	2 730	25758	28488	8498	57657	66155	3,1	2,2	2,3	4,01	27,19	31,19
Aralık	2 232	28142	30374	7327	57114	64441	3,3	2,0	2,1	3,26	25,42	28,68
Toplam	18 639	265611	284250	94133	563232	657365	5,1	2,1	2,3	4,23	25,32	29,55

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2011_h.

Yine Kültür ve Turizm Bakanlığı verilerine göre 2009 yılında Türkiye genelinde faaliyet gösteren Belediye Belgeli kaplıcalarda 319.449 geliş sayısına bağlı olarak 778.034 geceleme gerçekleştirilmiştir. Veriler doğrultusunda 2009 yılında Türkiye’de faaliyet gösteren termal tesislerin tamamında 603.699 geliş ve 1.435.399 geceleme gerçekleştiği anlaşılmaktadır.

Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın termal turizme yönelik verileri genel olarak değerlendirildiğinde potansiyelin çok büyük bir kısmının kullanılmadığı görülmektedir. Sandıkçı (2008: 41-43) Türkiye’de 1500 dolayında termal kaynak bulunmasına rağmen, bu potansiyelin yalnızca %5’nin kullanıldığını belirtmekte ve termal turizmin geliştirmek adına aşağıda sıralanan önerilerde bulunmaktadır;

— Sağlık ve Kültür Turizm Bakanlığı politikaları içinde termal turizm öncelikli olarak yer almalıdır.

— Kullanılmak istenen, yöresel termal, mineralli su veya peloid kaynaklarının, fiziksel, kimyasal analizleri uygun şekilde yapılmalı ve bilimsel temelde kaplıca tedavisinde kullanım imkânları üzerine tıbbi balneolojik değerlendirme raporları hazırlanmalıdır.

— Kurulacak tesisler, uygun ve rasyonel şekilde bilimsel kullanımlara yönelik organize olmalıdır.

— Bilimsel ve çağdaş kaplıca tıbbi kavramının gelişip güçlenmesi için balneolojik kaynakların olumlu etkileri ve çeşitli hastalıkların tedavisindeki etkinlikleri yapılacak kaliteli bilimsel araştırmalarla ispatlanmalıdır.

— Balneolojik kaynakların yoğun olarak bulunduğu merkezlerdeki Tıp Fakültelerinde, Tıbbi Ekoloji ve Hidroklimatoloji Anabilim Dalları ve bunlara bağlı termal klinikler kurulmalıdır

— Termal tesislerde mutlaka, tıbbi ekoloji ve hidroklimatoloji uzmanı hekim istihdam edilmelidir

— Personel yetiştirmeye yönelik eğitim kurumları oluşturulmalıdır.

— Yurt dışından Türkiye'ye hasta getirecek sigorta şirketleriyle koordinasyon kurulmalıdır. Tanıtım ve bilgilendirme yapılmalıdır.

— Öncelikli hedefler ve pazarlar belirlenmelidir.

— Termal Turizm Tesisleri, hastanelerle sürekli iletişim içerisinde olmalıdır

— Genel Sağlık sigortasının akademisyenlerce gözden geçirilip, Sosyal Sigortalar Kanunu'nun yeniden ele alınmalı, özellikle ilaç israfını azaltıcı önlemler alınarak, kaplıca tesislerinin modernleştirilip, fizik tedavi ve rehabilitasyon merkezleri artırılmalıdır.

2. AFYONKARAHİSAR İLİ TERMAL TURİZM KAYNAKLARI

Türkiye'de termal turizm açısından en önemli illerden biri konumundaki Afyonkarahisar ülke genelinde "*Termalin Başkenti*" olarak bilinmektedir (Özdemir, 2001: 46). Afyonkarahisar kaplıca kaynaklarının niceliği ve niteliği bakımından zengin bir potansiyele sahiptir ve uluslararası alanda tanınmış termal su rezervleri

bulunmaktadır (Erhan, 2010: 126). Uluslararası tanınırlığa bağlı olarak Afyonkarahisar'a yılın belirli zamanlarında yabancı turistler de gelmektedir. (Özdemir, 2001: 46-49).



Şekil 3: Afyonkarahisar İli Termal Turizm Merkezleri

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2011.

Termal turizm açısından önemli bir merkez konumundaki Afyonkarahisar'da istikrarlı gelişim için termal turizm kaynaklarının geleceğe yönelik stratejik planlamalarının yapılması ve planlamalar doğrultusunda yatırımların gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Bu bağlamda ildeki termal kaynakların detaylı olarak incelenmesi gerekmektedir. Dolayısıyla çalışmanın bu bölümünde Afyonkarahisar ilinin sahip olduğu termal kaynaklar termal turizm merkezleri bağlamında ayrıntılı olarak incelenecektir.

2.1. GAZLIGÖL KAPLICALARI

Gazlıgöl kaplıcaları il merkezine 21 km. uzaklıkta Eskişehir karayolu üzerinde İhsaniye ilçesine bağlı Gazlıgöl kasabası içerisinde (Afyonkarahisar İl

Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2011). Frigler döneminden bu yana kullanılan kaplıca Kral Midas ile ilişkilendirilen bir efsaneye sahiptir. Gazlıgöl kaplıcaları ile ilişkilendirilen söz konusu efsane ise şu şekildedir (Gazlıgöltermal, 2011):

“Efsaneye göre, Kral Midas her şeye sahip olmasına rağmen hiç çocuğu olmayan bir kralmış. Kral bu duruma çok üzüldüğünden gece gündüz Allah'a yalvarıp yakarırmış bir çocuğu olması için. Nihayet Kral Midas'ın dünyalar güzeli bir kızı olmuş. Kralın kızı Suna, genç kızlığa adım attığı yıllarda illet bir hastalığa yakalanmış. Bu güzel kızın vücudunda çıbanlar çıkmış. Bu sulu çıbanları hiç bir hekim iyileştirememiş. Ağrısına, sızısına ve bir türlü iyileşmeyen bu yaraların üzüntüsüne dayanamayan güzel kız Suna yollara düşmüş. Dağ tepe demeden gezip dolaşır olmuş. Kral Midas kızını kollamaları için peşinden gözcü yollamış. Kralın güzel kızı Afyonkarahisar toprakları içindeki Gazlıgöl mevki yakınlarına kadar gelmiş. Tam yaz aylarında olduğu için Suna çok susamış. Biraz su içmek için su aramış. Gazlıgöl kaplıcasının bulunduğu yerlerde yeşilliklerle çevrili bir su görmüş. Susuzluktan kavrulan kızcağız, çevresindeki bataklığa aldırmandan suya koşmuş. Eğilerek o çamurlu sudan kana kana içmiş. Birde bakmış suyun değdiği yerlerde bir tatlı gıcıklanma, bir sancı kesilmesi, bir huzur oluşmuş. Güzel kız atmış kendisini çamurlu suyun içerisine ağırları yavaşlamış. Sudan çıkıp günlerdir uykusuz ve yorgun olduğundan uzanıvermiş oraya ve derin bir uykuya dalmış. Suna uyandığında ağrılarının kalmadığını, çıbanlarının kurumaya başladığını görmüş. O suyun yanında bir hafta kalmış. Bir hafta sonra çıbanları yaraları tamamen geçmiş. Eski güzelliğine kavuştuğunu gören güzel Suna sevincinden deliye dönmüş. İleride onu gözleyen gözcüler, kızın iyileştiğini anlayınca yanına gelmişler. Suna başına gelenleri anlatmış ve saraya dönmüşler. Kızını merak edip gece gündüz yas tutan Kral Midas, kızının bu iyileşmiş halini görünce çok sevinmiş ve kızana "Seni hangi hekim iyileştirdi?" kızım söyle hekimbaşı yapayım demiş. Suna'da beni hekim değil, ülkeden çıkan sıcak bir su iyileştirdi baba diyerek cevap vermiş. Bunun üzerine Kral "Tez oraya bir hamam yapılınsın gelen geçen dertlilere derman dağıtır" diye ferman vermiş”

2.1.1. Termal Kaynakların Nitelikleri

2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu uyarınca, 17.10.1993 tarih 21731 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak “Turizm Merkezi” ilan edilen Gazlıgöl Termal Turizm Merkezi’nde bulunan termal suyun genel özellikleri Tablo 5’deki, termal suların kimyasal analiz raporları ise Tablo 6’da gösterilmiştir.

Tablo 5: Gazlıgöl Kaplıcası Termal Suyun Özellikleri

Fiziksel Özellikler	Renksiz, kokusuz, gazlı
Kimyasal Özellikler	Sodyum bikarbonat, Karbondioksit ve hidrojen sülfür
Toplam Mineralizasyon	3443,16 mg/lt.
Sıcaklık	64 °C
PH değeri	6,9

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2011.

Tablo 6: Gazlıgöl Kaplıcası Eski Hamam Termal Suyu Kimyasal Analiz Raporu

Kasyonlar	Miligram/litre		Anyonlar	Miligram/litre	
	Eski hamam	Yeni hamam		Eski hamam	Yeni hamam
Potasyum	88,4	88,3	Klorür	5154	146,1
Sodyum	923,3	896,9	Nitrat	2,5	Eser
Lityum	Eser	Eser	Sülfat	6,9	3
Kalsiyum	75,3	75,1	Hidrosfosfat	0,903	0,676
Magnezyum	16,7	18,0	Hidrokarbonat	2684	2635,2
Demir	21,9	21,9			
Alüminyum	1,5	1,6			
Asitler	Miligram/litre		Gazlar	Miligram/litre (Eski hamam)	
	Eski hamam	Yeni hamam			
Metasilikat asidi	60,6	54,7	Serbest Karbondioksit		636
Metatitan Asitler	1,1	423,7	Serbest Kükürtlü Hidrojen		2

Kaynak: Refik Saydam merkez Hıfzıssıha Müd., 1948; Akt: Özdemir, 2001.

Gazlıgöl kaplıcasının termal tedavilerde olumlu etkide bulunduğu hastalıklar ise Kültür ve Turizm Bakanlığı (2011) verilerine göre aşağıda yer almaktadır:

- Romatizmal hastalıklar (iltihaplı eklem romatizması),
- Kireçlenme,
- Ankilozan spondilit (omurganın zamanla hareketsiz hale gelmesi),
- Kalp ve dolaşım sistemi hastalıkları,
- Cilt hastalıkları,
- Kemik hastalıkları,

- Kadın hastalıkları,
- İçme kürü olarak kullanıldığında; ağrılı ve spazmlı böbrek hastalıkları, safra yolları ve karaciğer rahatsızlıklarında olumlu etkisi görülmektedir.

2.1.2. Bölgedeki Turistik Üst yapı Arzı

Gazlıgöl termal turizm merkezinde çok sayıda devre tatil modeliyle çalışan belediye belgeli termal tesis bulunmakla birlikte, genel amaçlı kullanımın yoğun olduğu yer Afyonkarahisar Belediyesi'nce işletilen Gazlıgöl Kaplıcaları veya diğer ismiyle Eski Hamam'dır.

Afyonkarahisar İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2011_a) verilerine göre günümüzde Gazlıgöl Kaplıcası'nda 5 adet umumi havuzlu hamam, 4 adet havuzlu dubleks villa, 16 adet de çift odalı küvet tipi banyolu üniteler bulunmaktadır. Umumi havuzlu hamamlardan bir adedi tarihi ve şifalı içme suyuna sahipken, bir diğeri özel kaynak suyu sahiptir ve cilt hamamı olarak adlandırılmaktadır. Bu iki hamamda hem kaynak suyu hem de sondaj suyu mevcuttur. Tedavi sıcak su içilerek ve banyo alınarak yapılmaktadır. Diğer 3 hamamda ise sondaj suyu mevcuttur.

Kaplıcada (ABCD) olarak sınıflandırılan üniteler ile 4 adet dubleks villa bulunmaktadır. (A) sınıfı ünitelerden 16 adedi tek odalı olup içerisinde birisi çift kişilik olmak üzere 3 yatak, mutfak, tuvalet, buzdolabı ve ocağı ile yeterli sayıda masa, sandalye ve gardırop mevcuttur. Yine (A) sınıfı ünitelerden 16'sında ise yatak, mutfak, tuvalet, buzdolabı, bütan gaz, yeterli masa, sandalye ve gardırop mevcuttur. Üniteler kaloriferlidir (Afyonkarahisar İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2011_a).

(B) sınıfı ünitelerden 16 adedi çift odalı olup küvet tipi banyoludur. Bu ünitelerde en az 4 yatak (birisi çift kişilik), mutfak, tuvalet, buzdolabı, bütan gaz, yeterli masa, sandalye ve gardırop mevcuttur. Üniteler kaloriferlidir (Afyonkarahisar İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2011_a).

(C) sınıfı üniteler 10 adet olup, 1 oda, mutfak tuvaletten oluşan 2 yataklı ünitelerdir. Bunlarda kalorifer yoktur. (D) sınıfı üniteler 10 adet olup, 1 oda, mutfak tuvaletten oluşan 2 yataklı ve kalorifersiz ünitelerdir. Kaplıcada 6 adet havuzlu

dubleks villa mevcuttur. Bunların tamamı tam tefrişlidir. Kaplıca İşletme Müdürlüğüne işletilen yatak kapasitesi ise 404'tür (Afyonkarahisar İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2011_a).

Gazlıgöl kaplıcası haricinde bölgede faaliyet gösteren başlıca otel ve pansiyonlar ise; Grand Sönmez Otel (16 oda, 36 yataklı), Kırkpınar Villaları/Termal Tatil Köyü (10 villa, 40 yataklı), Başaranlar Termal (32 apart, 128 yataklı), Soydan Otel (56 oda, 112 yataklı), Midas Otel (40 oda, 80 yataklı), Aydın Termal, Palas Premium Termal SPA (120 oda, 300 yataklı) ve Grand Özgül Termal Tatil Köyü'dür.

2.2. HEYBELİ TERMAL TURİZM MERKEZİ

Heybeli termal turizm merkezinde Heybeli termal kaplıcaları yer almaktadır. Heybeli Kaplıcaları Afyonkarahisar'a 60 km. mesafede bulunan Bolvadin ilçesi sınırları içerisinde yer almaktadır. Tarihi İpek Yolu'nun ilçe sınırları içerisinde geçmesi sonucunda tarih boyunca Bolvadin ve civarına iskan yoğunlaşmıştır (Heybeli Termal, 2011). Aynı zamanda Antik Kral Yolu üzerine kurulmuş olan Heybeli termal kaplıcaları Roma devri kaynaklarında Leontes Come olarak adlandırılmıştır. Kaplıca alanının Selçuklu ve Osmanlı dönemindeki ismi Kızıl Kilise olarak geçmektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2011_k). Bölgenin bu isimle anılmasının nedeni ise; bölgenin 1116 tarihinde yapılan Bolvadin Savaşı sonunda Türklerin egemenliğine geçmesiyle kaplıcanın batı tarafında yer alan kasaba kilisesinin **Kızıl Kilise** olarak adlandırılması ve köye bu ismin verilmesidir. Günümüzde kaplıca için sularında oluşan tortudan dolayı (kirs) **Kızıl Kirse Kaplıcası** ismi de kullanılmaktadır (Heybeli Termal, 2011).

Heybeli kaplıcası denizden yaklaşık 1000 metre yüksekte olup termal suları üç kaynaktan çıkmaktadır. Termal kaynaklardan biri hamama 150 metre mesafede ve doğu kesiminde, bir diğeri hamama 100 metre mesafede ve batı kesiminde yer alırken son kaynak ise hamama 2 metre mesafede yer almaktadır. Ancak günümüzde bu üç termal kaynak kaplıca tesislerinin arka tarafında tek kaynaktaki birleştirilmiştir (Özdemir, 2001: 81).

2.2.1. Termal Kaynakların Nitelikleri

1993 yılında 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu uyarınca, “Turizm Merkezi” ilan edilen Heybeli Termal Turizm Merkezi’nde bulunan termal suyun genel özellikleri Tablo 7’de, termal suların kimyasal analiz raporları ise Tablo 8’de gösterilmektedir.

Tablo 7: Heybeli Kaplıcası Termal Suyun Özellikleri

Fiziksel Özellikler	Renksiz, berrak
Kimyasal Özellikler	Sodyum bikarbonat, Magnezyum, Kalsiyum ve Hidrokarbonat
Toplam Mineralizasyon	3443,16 mg/lt.
Sıcaklık	56,3 °C
PH değeri	7

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2011_k.

Tablo 8: Heybeli Kaplıcası Termal Suyu Kimyasal Analiz Raporu

Katyonlar	Miligram/litre	Anyonlar	Miligram/litre
Potasyum	42,6	Klorür	175
Sodyum	33,9	Bromür	12,7
Kalsiyum	245	Sülfat	337
Magnezyum	74,71	Hidrokarbonat	1342
Demir	9,79	Nitrat	0,7
Alüminyum	--	İyodür	760,2
Asitler	Miligram/litre	Gazlar	Miligram/litre
Metasilikat asidi	363,5	Serbest Karbondioksit	50,8
----	----	Serbest Kükürtlü Hidrojen	3174,9

Kaynak: Saydam, 1948; Akt: Özdemir, 2001.

Hem yaz hem de kış aylarında kullanılabilen ve tamamen yerli turistlere hitap eden (Özdemir, 2001, 82) Heybeli kaplıcası, termal sularının tedavi amaçlı kullanıldığı başlıca rahatsızlıklar ise (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2011_k);

- Romatizmal hastalıklar (iltihaplı eklem romatizması),
- Kireçlenme,
- Ankilozan spondilit (omurganın zamanla hareketsiz hale geldiği hastalık türü),
- Kalp ve dolaşım sistemi hastalıkları,
- Cilt hastalıkları,
- Kemik hastalıkları,
- Kadın hastalıklarına,

— İçme kürü olarak; ağrılı ve spazmlı böbrek hastalıkları, safra yolları ve karaciğer rahatsızlıklarıdır.

2.2.2. Bölgedeki Turistik Üstyapı Arzı

Heybeli Termal Turizm Merkezi'nde Bolvadin Belediyesi Termal Kaplıcaları ve mülkiyeti Bolvadin Belediyesine ait Özer Turizm. Ltd. Şti. tarafından işletilen Özer Termal Tesisleri bulunmaktadır.

Bolvadin Belediyesi Kaplıca tesisleri 126 oda ve 444 yataklıdır. Tesislerdeki 126 odanın 66'sı 4'er kişilik daire şeklinde, 60 adedi ise 2 katlı üç kişilik motel tipinde dairelerden oluşmaktadır (Özdemir, 2001: 83).

Bölgedeki bir diğer tesis olan Özer Otel ise 25 oda ve 100 yatak kapasitesine sahiptir. Tesis 12 ay hizmet vermektedir. Tesiste 5 havuz, 1 jakuzi ve 1 sauna masaj salonu bulunmaktadır.

2.3. HÜDAİ TERMAL TURİZM MERKEZİ

Afyonkarahisar Sandıklı Hüdai Termal Turizm Bölgesi 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu uyarınca "Turizm Merkezi" ilan edilmiş ve 17.10.1993 tarih 21731 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanarak teşvik yürürlüğe girmiştir (Erhan, 2010: 140).

Hüdai Kaplıcası, eskiden beri bilinen ve kullanılan bir kaplıcadır. İlk Hıristiyanlık devrinde başpiskopos Hieropolis'de Sen Mişel (Saint Michael) bu kaplıcada hastaları tedavi ederek mucizeler göstermiş, bundan dolayı eski kitaplara Sen Mişel'in Mucizeleri diye geçmiştir. Bu şifa kaynağı dolayısıyla Hieropolis Mukaddes Şehir olarak tanınmış, diğer kaplıcalarla beraber Afyon İline Frigya Salutaris (Şifalı Frigya) adı verilmiştir (Afyonkarahisar İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2011_b).

2.3.1. Termal Kaynakların Nitelikleri

Afyonkarahisar kaplıcaları içerisinde en fazla yabancı turist çeken kaplıca olan Hüdai kaplıcasının termal su genel özellikleri Tablo 9'daki, termal suların kimyasal analiz raporları ise Tablo 10'da gösterilmektedir.

Tablo 9: Hüdai Kaplıcası Termal Suyun Özellikleri

Fiziksel Özellikler	Renksiz, berrak
Kimyasal Özellikler	Sodyum, kalsiyum fosfat, bikarbonatlı termal sular, 4 mg/lt florür, 332 mg/lt karbondioksit içermektedir.
Fiziko kimyasal özellikler	Ph: 6.6 veya 7, İletkenlik: 4657.6, Co2: 1.71
Radyoaktivitesi	13-25
Toplam Mineralizasyon	1669.5 mg/lt.
Sıcaklık	62-68 °C
Çamur banyolarında, kaplıca yakınlarından sağlanan çok az kumlu, kızıl bir kil yapısında olan toprak 68 °C şifalı su ile karıştırıldığında ortalama 40 °C bir çamur ortaya çıkmaktadır. Daha sonra kürekle açılan çamurun içerisine hasta, başı dışarıda kalacak şekilde uzanmakta ve üstü çamur ile örtülmektedir. Belirli bir süre çamurun içerisinde kalan hasta için günde bir defa bu işlem uygulanmaktadır.	

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2011.

Tablo 10: Heybeli Kaplıcası Termal Suyu Kimyasal Analiz Raporu

Katyonlar	Miligram/litre	Milival/litre	Milival %
Amonyum	0.8500	0.0472	0.2127
Lityum	0.0475	0.0068	0.0306
Sodyum	232.1990	10.1000	45.5102
Potasyum	46.5290	1.1900	5.3621
Kalsiyum	190.2420	9.5121	42.8613
Magnezyum	15.7780	1.2986	5.8514
Demir	0.5000	0.0179	0.0807
Alüminyum	0.0640	0.0071	0.0320
Mangan	0.3600	0.0131	0.0590
	486.5695	22.1923	100.0000
Klorür	95.0000	2.6798	12.0224
İyodür	10.0345	0.0003	0.0013
Flüorür	3.8400	0.2022	0.9071
Sülfat	491.5000	10.2396	45.9379
Nitrit	0.0132	0.0003	0.0013
Hidrofosfat	0.2830	0.0059	0.0265
Bikarbonat	558.7600	9.1600	41.0945
Hidroarsenat	0.1380	0.0020	0.0090
	1636.1382	22.2901	100.0000
Meta silikat asidi	4.4550		
Meta borik asidi	44.2000		
Toplam	1684.7932		
Serbest karbondioksit	332,64 mg/lt		
Radon	3367 Pci/lt		

Kaynak: Ülker, 1994: 196.

Hüdaı termal kaplıcalarındaki termal kaynaklar banyo-içme ve çamur kürü uygulamaları için elverişli niteliktedir (Ülker, 1994: 195). Termal suların tedavi amaçlı kullanıldığı rahatsızlıkların başlıcaları ise şunlardır (Sandıklı Hüdaı Kaplıcaları, 2011);

- Romatizma,
- Romatoid Artrit (Ateşli romatizma hastalıkları),
- Nevralji (Sinir boyunca yayılan iltihaplar),
- Nevrit (Sinir ucu iltihapları),
- Polinevrit (Birden fazla sinirin iltihapları),
- Tendinit (Tenden zedelenmesi),
- Parietrit (Eklem zarı iltihabı),
- Artroz (Eklem kireçlenmeleri),
- Selülit (Yumuşak doku romatizması),
- Siyatik (Siyatik sinirinin sıkışması),
- Spondilit (Omurganın kireçlenmesi),
- Mialji (Kas ağrıları),
- Kadın hastalıkları (Kronik dönemlerde),
- Polip sekeli (Çocuk felci sekeli),
- Hemipleji (Vücudun her tarafının felci),
- Parapleji (Her iki alt ekstremitenin felci),
- Kırık - Çıkık sekelleri,
- Kazalardan ve ameliyatlardan kalan sekeller,
- Ruhsal yorgunluklar,
- Dimağ yorgunluğu,
- Bağırsak hastalıkları,
- Böbreklerdeki taş ve kumların düşürülmesi,
- Cilt ve deri hastalıkları.

2.3.2. Bölgedeki Turistik Üstyapı Arzı

Sandıklı Hüdai Termal Turizm Bölgesi'nde Belediye'ye ait "İşletme", "Termal Otel" ve "Küçük Otel", özel sektöre ait Sandıklı Termal Park Otel olmak üzere dört farklı tesis hizmet vermektedir.

Belediye tarafından işletilen tesislerden "İşletme" bölümü tatil köyünde 143 banyolu, 122 banyosuz ve yaz sezonlarında faaliyete giren çadır kent bulunmaktadır. Diğer yandan Termal Otel ve Küçük Otel tesislerinin toplam yatak kapasitesi 1900'dür. Bu tesislerde kadın ve erkek için ayrı olmak üzere Kardelen çamur banyoları, Eski çamur banyoları, kür merkezi (su banyosu, çamur banyosu, Türk hamamı), açık ve kapalı yüzme havuzları, kükürtlü havuzlar, çeşitli termal sular, 24 adet saatlik orkide aile banyoları, atari ve oyun salonu, güzellik salonu, toplantı salonu, disko, marketler, turistik eşya reyonları, kuaför, kasap, kahvehane, fırın ve restoran, jimnastik salonu, yürüyüş parkurları, futbol sahası bulunmaktadır. Tesislerin bulunduğu alanda ayrıca yeşil alanlar, piknik ve mesire alanları, dinlenmek için açık hava parkları mevcuttur (Sandıklı Hüdai Kaplıcaları, 2011).

Bölgedeki bir diğer tesis olan Sandıklı Termal Park Otel ise 190 oda ve 574 yatak kapasitesine sahip beş yıldızlı otel işletmesidir. İşletmede konaklama sürecinde ücretsiz olarak sunulan hizmetler; açık ve kapalı yüzme havuzları, termal havuzlar, hamamlar ve saunalar, buhar odaları, termal su ile ısıtılan özel tabi saunalar, kar çeşmesi, su şelalesi ve fitness hizmetleridir. Tesiste sunulan ücretli hizmetler ise çamur bakımları, Türk hamamları, masajlar (klasik, özel), vücut bakımları, cilt bakımları ve el ve ayak bakımlarıdır. Tesiste ayrıca bay ve bayan kuaför hizmeti de sunulmaktadır (Sandıklı Termal Park Otel, 2011).

2.4. ÖMER- GECEK TERMAL TURİZM MERKEZİ

Afyonkarahisar Belediyesi mücavir alan sınırı içerisinde yer alan termal turizm merkezi Afyonkarahisar kent merkezine 15 km. mesafede yer almaktadır (Erhan, 2010: 131). 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu ile 1993 yılında, "Turizm Merkezi" ilan edilen bölge Afyonkarahisar ilinin en nitelikli tesislerini barındırmaktadır.

Ömer-Gecek termal turizm merkezinde yer alan Ömer kaplıcasına ait resmi bilgiler 1889 yılına dayandırılmaktadır. Ömer kaplıcası hakkında anlatılan bir rivayete göre Ömerbey Köyü'nde çobanlık yapan Ömer dede, koyun sürülerini otlatırken çomağı ile yer kazarak sıcak suyu bulmuştur. Ömer dede sıcak suyu koyunlarının tedavisinde kullanmakla birlikte, esasen Afyon sancak beyinin romatizma ağrılarını bu suyun iyi gelmesi ile yöre önem kazanmıştır. Afyon sancak beyi sıcak su kaynağının olduğu yere küçük bir havuz yaptırmıştır. Diğer yandan sıcak suyun şifası halk arasında bir inanışın doğmasına yol açmıştır. Bu inanışa göre çocuğu olmayan kadınlar kaplıcaya getirilerek, beline bir kuşak bağlanmakta ve temsili olarak Ömer dedeye verilmektedir. Akabinde ise kadın dua edilerek kaplıcanın çevresinde dolandırılmakta ve sonrasında havuza atılmaktadır. Son aşamada ise kaplıcada adak kurbanı kesilmektedir (Özdemir, 2001: 74).

2.4.1. Termal Kaynakların Nitelikleri

Afyonkarahisar ili Ömer-Gecek kaplıcalarına ait termal su genel özellikleri Tablo 11'de, termal suların kimyasal analiz raporları ise Tablo 12'de belirtilmektedir.

Tablo 11: Ömer-Gecek Kaplıcası Termal Suyun Özellikleri

Fiziksel Özellikler	Renksiz, berrak
Kimyasal Özellikler	Klorürlü(% 59 milival). Bikarbonatlı (20 milival),sodyumlu(%78milival), demirli(4.9 mg/Lt),arsenikli (1/15 mg/Lt), karbondioksitli (423.1mg/Lt)termal sular sınıfına girmektedir. Ayrıca, metaborik asit (24.7 mg/Lt),flüorür(4.32 mg/Lt) ve bor (10 mg/Lt) içeren termal sularındır.
Fiziko kimyasal özellikler	Ph: 6.5-7.3
Toplam Mineralizasyon	862-3455 mg/Lt.
Sıcaklık	51-98 °C

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2011_m.

Tablo 12: Ömer-Gecek Kaplıcası Termal Suyu Kimyasal Analiz Raporu

Katyonlar	Miligram/litre	Milival/litre	Milival %
Amonyum	2.8000	0.1555	0.1940
Lityum	0.2665	0.0384	0.0479
Sodyum	1428.5411	62.1375	77.5255
Potasyum	141.9330	3.6300	4.5289
Kalsiyum	215.1740	10.7587	13.4231
Magnezyum	40.8940	3.3657	4.1992
Demir	0.9500	0.0340	0.0424
Alüminyum	0.2160	0.0240	0.0299
Mangan	0.2000	0.0073	0.0091
	1830.9476	80.1511	100.0000
Klorür	1620.0000	45.6982	57.0430
İyodür	0.0100	0.0001	0.0001
Flüorür	502800	0.2780	0.3470
Sülfat	615.0000	12.8125	159933
Nitrit	0.0181	0.0004	0.0005
Hidrofosfat	0.8080	0.0168	0.0210
Bikarbonat	1298.0800	21.2800	26.5629
Hidroarsenat	1.8070	0.0258	0.0322
	5321.9777	80.1113	
Meta silikat asidi	27.1350		
Meta borik asidi	63.7000		
Toplam	5462.8127		
Serbest karbondioksit	339.68		

Kaynak: Ülker, 1994: 194.

Ömer-Gecek termal turizm merkezinde mevcut termal suların tedavi amaçlı kullanıldığı rahatsızlıklar şu şekildedir (Korel Termal, 2011);

- Romatizma
- Nevralji (Sinir boyunca yayılan iltihaplar)
- Nevrit (Sinir ucu iltihapları)
- Polinevrit (Birden fazla sinirin iltihapları)
- Tendinit (Tenden iltihabı)
- Periartrit (Eklem zarı iltihabı)
- Artroz (Eklem kireçlenmeleri)
- Romatoit Artrit (Ateşli romatizma hastalıkları)
- Artroz (Eklem kireçlenmeleri)
- Romatoit Artrit (Ateşli romatizma hastalıkları)
- Selülit (Yumuşak doku romatizması)
- Siyatik (Siyatik sinirinin sıkışması)
- Spondilit (Omurganın kireçlenmesi)

- Mialji (Kas ağrıları)
- Kadın hastalıkları (Kronik dönemlerde)
- Polio Sekeli (Çocuk felci sekeli)
- Hemipleji (Vücudun bir yerinin felci)
- Parapleji (Her iki alt ekstremitenin 'her iki alt bacağı' felci)
- Kırık çıkık sekelleri, kazalardan ve ameliyatlardan kalan sekeller
- Bağırsak hastalıkları, böbrek ve idrar yolları hastalıkları, kronik sistit
- Kronik böbrek taşları, fonksiyonel yetmezlik, solunum sistemi hastalıkları
- Astma bronşiyal, kronik bronşit, alerjik üst solunum yolları hastalıkları, pnömokonyoz.

2.4.2. Bölgedeki Turistik Üstyapı Arzı

Ömer-Gecek Termal turizm merkezi Afyonkarahisar ili ve aynı zamanda Türkiye'nin en nitelikli termal tesislerine sahip alanlarındandır. Bölgede Oruçoğlu Termal Resort, İkbal Termal Deluxe Otel, Korel Thermal Resort Clinic & SPA, Dünder Termal Villaları, Anemon Afyon Spa Otel & Convention Center, Ömer Thermal Tatil Köyü, Hayat Jeotermal Tesisleri ve Gecek Kaplıcası termal turizme ve sağlık turizmine hizmet eden başlıca tesislerdir. Diğer yandan bölgede yeni yatırımlar da sürmektedir. Bölgede hizmet sunan işletmelerden bilgi alınabilen işletmelere ait detaylı bilgiler ise şu şekildedir;

— ***Oruçoğlu Termal Resort***; Sağlık Bakanlığı tarafından 2002 tarihinde kaplıca işletme izin verilen tesiste 280 Standart Oda, 3 Corner Suite, 6 Family Room, 5 Connection Room olmak üzere toplam 294 oda ve 750 yatak kapasitesi mevcuttur. Tesiste fizik tedavi/rehabilitasyon uygulamaları olarak Hot Pack, Ultrason, TENS, Kısa Dalga Sistemi, Mevzi Ziya Banyosu, Enfraruj, Interferansiyel, Traksiyon ve Parafin Banyosu hizmetleri verilmektedir. Tesisin SPA & Wellness Merkezi'nde sunulan hizmetler ise saunalı ve jakuzili özel aile banyoları, Türk hamamları, buhar banyoları, zayıflama programları, cilt bakımları, masajlar, çamur bakımları, bitki ve süt banyolarıdır. Tesisteki termal sular ortopedik, nörolojik ve romatizmal rahatsızlıkların, deri, beyin damar, nefrolojik ve solunum sistemi hastalıklarının,

iltihaplanmalar, siyatik, kas ağrıları ve kireçlenmeleri tedavisinde kullanılmaktadır (Oruçoğlu Termal, 2011).

— **İkbal Termal Deluxe Otel;** Sağlık Bakanlığı tarafından 2002 tarihinde kaplıca işletme izin verilen tesiste 244 standart, 4 engelli, 14 connection, 12 queen suit ve 8 king suit olmak üzere toplam 284 oda bulunmaktadır. Pressoterapi yönteminin tedavi amaçlı kullanıldığı tesiste termal sular ile her türlü romatizmal hastalık, eklem kireçlemeleri, uzun süreli veya kısa süreli eklem ağrıları, çevresel sinirlerin çeşitli felçleri, yarım vücut felçleri, diz menisküsleri haraplanmaları, omuz, bel sendromu gibi hastalıklar, türlü nedenlere bağlı bel - bacak ağrıları, sinir sisteminin her türlü hastalıkları, bel ve boyun fitikleri, çevresel yüz felci, çeşitli nedenlerle gelişen kas güçsüzlükleri ve ağrıları, spor yaralanmalarına bağlı çeşitli kemik eklem sistemi bozuklukları gibi çok çeşitli tedaviler uygulanmaktadır. Diğer yandan çamur banyoları romatizmal rahatsızlıkların azaltılması, adale ve eklem ağrılarının azaltılması, termal sudaki değerli elementlerin vücuda kazandırılması, vücuttaki toksinlerin atılması, siyatik problemlerinin ağrılarının azaltılması, hareket kısıtlılıklarının azaltılması gibi amaçlarla kullanılmaktadır (İkbal Termal Otel, 2011).

— **Korel Thermal Resort Clinic & SPA;** 2006 tarihinde hizmete açılan Korel Thermal Resort Clinic & SPA Otelinde Standart, President Suit (540 m²), King, Large, Junior, Corner, Teras, Connection, Engelli odaları olmak üzere 9 çeşit oda tipi bulunmaktadır. Tesisin toplam oda sayısı 329, yatak kapasitesi ise 1.000 yataktır. Tesiste 2 açık, 3 kapalı yüzme havuzu, kaplıca kürleri için ayrıca 3 adet Termal Havuz ve 8 adet Özel Aile Banyosu mevcuttur. SPA bölümünde masaj, çamur banyosu, bitki banyoları, cilt bakımları, kuaför, vücut bakımları, zayıflama kürleri gibi hizmetler sunulmaktadır. Fizik Tedavi ve Rehabilitasyon merkezinde; 1 profesör doktor, 2 uzman doktor, fizyoterapistler / hemşireler eşliğinde fizik tedavi, rehabilitasyon, hidroterapi tedavileri, izokinetik egzersiz sistemi ile kas zayıflıklarının tedavisi, Spinal Dekompresyon cihazı ile bel ve boyun fitiklerinin tedavisi gerçekleştirilmektedir. Termal tesiste Animasyon Show, Canlı Müzik, bilardo, masa tenisi, bowling, internet cafe, spor salonu, vitamin bar, kır evi, çocuk kulübü, atari salonu, alışveriş mağazaları, su kaydırakları, çocuk havuzları, Osmanlı kahvesi, Lobby Bar, 5 Çayı, Korel Sinema, Kütüphane ve oyun salonu gibi aktiviteler, konukların boş vakitlerini en iyi şekilde değerlendirmeleri için

tasarlanmıştır. Tesiste ayrıca Amber, Safir, Kristal, Zümrüt ve Topaz salonları toplantılar ve organizasyonlara ev sahipliği yapmaktadır (Korel Termal, 2011).

— *Dünder Termal Vilları*; İşletmede her biri 135 m²lik müstakil iki katlı villalardan oluşan 20 butik ev hizmet vermektedir. Villa tarzı evlerde 16 m² mermer kaplı hamam bölümü ve bu bölümde 165x185 cm genişliğinde ve 1.30 cm. derinliğinde termal havuzlar bulunmaktadır.

— *Anemon Afyon Spa Otel & Convention Center*; Tesiste 17 adet b Plus oda, 14 Corner oda, 1 Junior Suite oda, 99 Superior oda, 45 Delux odaya ilave olarak 2 bedensel engelli odası ile birlikte toplam 178 oda bulunmaktadır. Açık kapalı havuzlar ve fitness merkezinin bulunduğu tesisin SPA merkezi bünyesinde vücut bakımları, cilt bakımları, salon bakımları, ayurveda (abhyanga, abhyanga senkron kraliçe masajı) hizmeti, shirodhara, shiroabhyanga, çeşitli masajlar (klasik, spor, anti-stress-relax masajı, ayak reflex bölge masajı uzak doğu masajları, geleneksel bali masajları, thai masajı, thai ayak masajı), shiatsu ve sıcak taş terapisi (la-stone therapy) uygulanmaktadır. Tesiste toplantı ve organizasyonlarda kullanılmak üzere 6 toplantı salonu 1 adet büyük fuaye alanı mevcuttur (Anemon Otel Afyon, 2011).

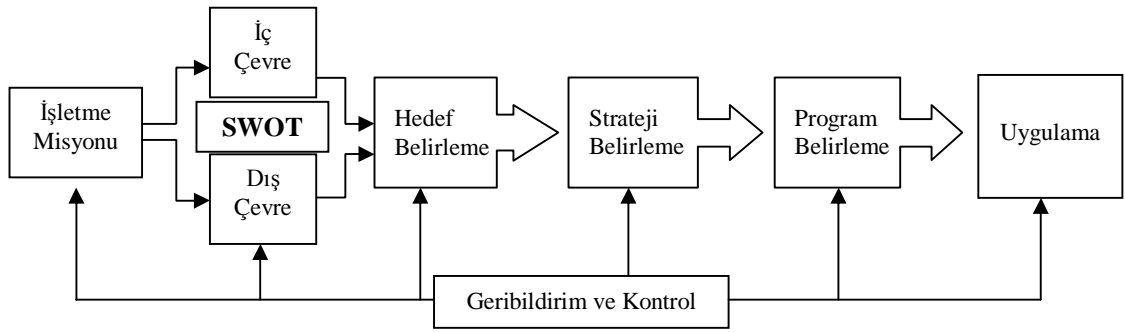
— *Ömer Thermal Tatil Köyü*; Bölgeye adını veren Ömer Dede'nin sıcak su kaynağını bulduğu alana kurulu olan tesiste 31 standart oda, 4 connection oda, 54 adet villa (15 adet üç odalı, 14 adet iki odalı, 14 adet tek odalı, 11 adet apart tipi) mevcuttur. Sağlık Bakanlığı'nın 2007 tarihli kaplıca işletme izni ile faaliyetlerini sürdüren tesiste, termal havuzlar, Tük hamamları, sauna, masaj ünitesi, çamur banyosu ve aromaterapi banyosu üniteleri mevcuttur (Ömer Termal, 2011).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

SWOT ANALİZİ

1. SWOT KAVRAMI VE SWOT ANALİZİ TEKNİĞİ

Küreselleşme olgusu ve sektörel rekabetin kazandığı dinamizm sonucunda mal ve/veya hizmet üretimi yapan her bir işletme piyasada varlığını sürdürebilmek için stratejik yönetim anlayışını hayata geçirmek zorundadır. Bir işletmenin stratejik yönetim anlayışı temelinde yönetilmesi, aynı zamanda işletmenin geleceğinin öngörülmesi anlamını taşımaktadır. İşletme geleceğinin öngörülmesinde başvurulan en temel tekniklerden birisi ise SWOT analizidir. Kotler (2000: 46) SWOT analizinin işletmelerin stratejik planlarındaki yerini Şekil 4'deki gibi ifade etmektedir.



Şekil 4: İşletme Stratejik Planlama Süreci ve SWOT Analizi

Kaynak: Kotler, 2000: 46.

Stratejik yönetimin en önemli konuların birisi olan SWOT analizi, temel olarak bir organizasyonun iç-dış çevresinin ve rakiplerinin analiz edilmesini sağlayan bir teknik olup aşağıdaki İngilizce kelimelerin baş harflerinden oluşmaktadır (Aktan, 2003: 80);

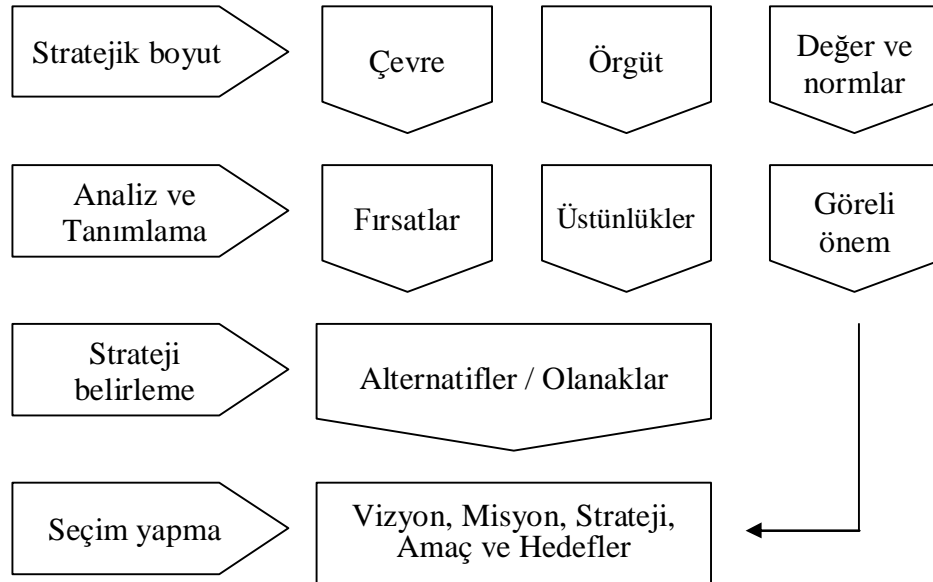
— **Strength:** İşletmenin/organizasyonun güçlü/üstün olduğu yönlerin tespiti.

— **Weakness:** İşletmenin/organizasyonun güçsüz/zayıf olduğu yönlerin tespit edilmesi.

— **Opportunity:** İşletmenin/organizasyonun sahip olduğu fırsatlardır.

— **Threat:** İşletmenin/organizasyonun karşı karşıya bulunduğu tehdit veya tehlikelerdir.

SWOT analizinde yer alan güçlü ve zayıf yanlar işletme veya örgütün kendi kabiliyetleri ile ilgili iken fırsat ve tehditler genellikle örgüt dışından kaynaklanmaktadır. İşletmeler güçlü ve zayıf yönlerini performans trendlerini, kaynaklarını ve kabiliyetli olduğu yönleri belirleyip analiz ederek ortaya koymakta iken, fırsat ve tehditler için öncelikle vizyon ve misyon ortaya konulmakta sonraki aşamada ise çevresel faktörler taranmaktadır (Tek, 1997: 97-98). Diğer yandan işletmelerde SWOT analizlerini gerçekleştirilmesi için dört temel aşamaya ihtiyaç duyulmaktadır (Bkz. Şekil 5). Bu kapsamda ilk aşamada stratejik boyutlar ortaya konulmakta, ikinci aşamada SWOT analizi faktörleri irdelenmekte, üçüncü aşamada analizler sonucunda ortaya çıkan alternatifler değerlendirilmekte ve 4. aşamada ise belirlenen faktörler doğrultusunda seçimler yapılmakta ve kararlar alınmaktadır (Keegan, Moriarty ve Duncan, 1992: 131-132).



Şekil 5. SWOT Analizinde Temel Adımlar

Kaynak: Keegan, Moriarty ve Duncan, 1992: 132.

Şekil 5’de belirtilen aşamalar doğrultusunda gerçekleştirilen SWOT analizi sonucunda ilk ve en önemli husus olarak işletmenin mevcut durumu ortaya konulmakta ve gelecekteki potansiyel başarıyı büyük oranda etkileyecek iç ve dış çevre faktörleri değerlendirilmektedir. SWOT analizinin bu temel getirileri işletmelerde pazarlama departmanının aşağıda belirtilen hususlara cevap bulmasını sağlamaktadır (Hutchison, Macy ve Allen, 2010: 17):

— **İşletme şu an nerede:** Şu an pazardaki pozisyonumuz nedir? Pazar payımız nedir? Hangi ürünlerin satışı başarılıdır? Güçlü ve zayıf olduğumuz alanlar hangileridir?

— **İşletme nerede olmalı:** Fırsatlar nerededir? Gelecekte pazarda hangi alanda rekabet avantajına sahip olunacak? Gelecek için hareket/pazarlama/faaliyet planımız nedir? Hangi tehditlere karşı dikkatli olmalıyız?

— **Hedeflenen pozisyona en iyi şekilde nasıl gidilebilir:** Amaç ve hedefleri gerçekleştirebilmek için hangi faaliyetler gerçekleştirilmelidir?

İşletmeler SWOT analizi gerçekleştirirken fırsat ve tehditlerin gelecekte değişebileceğini de öngörmelidirler. İşletme için yakın gelecekte tehdit olarak görülen bir unsur rakiplerin yapısı, rekabet koşulları, teknolojik/politik/ekonomik veya kültürel değişimler sonucunda ileride bir fırsata dönüşebilmektedir (Blythe, 2005: 24). Bununla birlikte SWOT analizlerinde analize alınan ve analizden elde edilen bilgilerin hiçbir zaman mükemmel olmadığı ve geleceğin her zaman belirsiz olduğu unutulmamalıdır. Dolayısıyla SWOT analizlerinde hiçbir zaman tek bir doğru sonuca ulaşılamayacağı, bu noktada en iyi tahminlemenin gerekli olduğu açıktır (Middleton ve Clarke, 2001:209).

Tüm sektörlerde geniş bir uygulama alanı bulan SWOT analizi turizm işletmeleri ve destinasyonların yerel yönetimleri açısından da sıkça uygulanan bir tekniktir. Diğer yandan turizm endüstrisinde sunulan ürün ve hizmetlerin yüksek yatırım gerektirmesi, turizm ürününün heterojen olması, tüketici tercihlerinin sürekli değişmesi ve turizm talebinin birçok gelişmeden anında etkilenmesi (Kozak, Kozak ve Kozak, 2008: 38-40) bu sektörde faaliyet gösteren turizm işletmeleri ve turizmle ilgili yerel yönetimlerin sürekli durum analizleri yapmasını zorunlu kılmaktadır.

Turizm sektöründe faaliyet gösteren bir otel işletmesi için uygulanan SWOT analizi örneği Şekil 6'da gösterilmektedir (Bowie ve Buttle, 2004: 325):

Tablo 13: Otel İşletmesi SWOT Analizi Örneği

<i>Faktörler</i>	<i>GÜÇLÜ/ÜSTÜN YÖNLER</i>	<i>ZAYIF YÖNLER</i>
Konumlandırma	Bağımsız araştırmalara göre marka imajının temel rakiplerin marka imajlarına göre %3 daha fazla artması	Gruplardaki aşırı standart çeşitliliğinden kaynaklı istikrarsızlık nedeniyle marka imajının zarar görmesi.
Lokasyon	Karayolu ulaşım ağına en uygun ulaşımın sağlanması	Trafik yoğunluğu kaynaklı gürültü kirliliği.
Ürün	Rakiplere oranla daha iyi dekore edilmiş yatak odaları.	Standart yatak odalarının yeni yapılan rakip tesislere göre daha dar olması.
Fiyat	Müşteri anketlerinde para değeri oranının yüksek olması	Fiyatlar düzeyinin rakiplere göre %10 daha yüksek olması
Dağıtım	Merkezi rezervasyon sistemlerine yönelik yatırımların daha kısa zamanda daha çok araştırma yapmaya olanak sağlaması	Kongre rezervasyonlarında kongre acentalarının yüksek komisyon alması nedeniyle karlılığın düşmesi.
Pazarlama İletişimi	Reklam ve halkla ilişkiler faaliyetlerinin marka farkındalığını rakiplere göre %5 daha fazla arttırması.	Otel broşürünün yeni rakiplerin broşürlerine nazaran eskimiş/demode olması.
Bireyler	Önemli departmanlardaki şeflerin 15 yıldan uzun süredir işletmede çalışması	Kat hizmetleri departmanındaki yüksek personel devir hızının etkili personel eğitimini engellemesi.
Süreçler	Önbüroda giriş çıkış işlemlerinin sorunsuz ve etkili işlemesi	Banket birimlerinde sıcak yemekleri saklamak için yeterli donanımın olmaması
Fiziksel Kanıtlar	Kusursuz peyzaj ve aydınlatma, ana yollar üzerinde yönlendirmelerin kolayca fark edilmesi.	Mutfak atık merkezi ve çöp alanlarının sürekli olarak dağınık olması.
Müşteri Memnuniyeti	İki yıl öncesine göre iş amaçlı müşterilerin tekrar gelme oranının yükselmiş olması.	Müşteri anketleri sonuçlarının kat hizmetleri standartlarında sorun olduğunu göstermesi.
Temel İlişkiler	Satış müdürünün kongre merkezi pazarında üç adet önemli aracı ile yakın ilişkiler kurması.	Yetersiz kat hizmetleri standartları nedeniyle gelir düşüşü ve fiyat rekabeti yapılamaması
<i>Faktörler</i>	<i>FIRSATLAR</i>	<i>TEHDİTLER</i>
Politik	Mevzuat değişikliğinin Pazar günleri dışarıda yemek yiyen aile pazarını arttırması	Sağlık, güvenlik ve hijyen mevzuatındaki değişikliklerin mutfak ekipmanlarında adaptasyon amaçlı değişiklik zorunluluğunu doğurması
Ekonomik	Harcanabilir gelir artışının tatil taleplerini arttırması	Yüksek döviz kurunun iç turizm üzerinde olumsuz etki yapması.
Sosyo-kültürel	Hayvan hakları bilincinin artması ile vejetaryen yemek talebini artış göstermesi.	Tecrübeli turistlerin otel restoranlarından sıkılması
Teknolojik	İnternet ve e-ticaretin artmasıyla internet ortamında tatil tanıtımlarının yapılabilmesi.	Seyahat acentalarının ortak müşterilerin sitelerine link vermesi sonucu müşteri sadakatinin azalması.
Çevresel	Çevre bilincinin artmasıyla müşterilerin atıklarda geri dönüşüme daha çok önem vermesi	Hava kirliliği konusunda artan bilincin turistleri şehir merkezlerinde kalmaktan kaçınmaya itmesi.

Kaynak: Bowie ve Buttle, 2004: 325

İşletmelerde SWOT analizi kapsamında ele alınan faktörlerin stratejik yönetim anlayışı ile bağdaşabilmesi için söz konusu faktörlerden geleceğe yönelik kısa ve uzun vadeli stratejik planların çıkarılması gerekmektedir.

Weihrich (1982: 61-62) SWOT kapsamında elde edilecek stratejik planların oluşturulmasında strateji seçimi için SWOT matrisi kullanılması gerektiğini belirtmektedir. Weihrich ayrıca çevresel faktörlerin sürekli olarak değişmesi nedeniyle strateji hazırlayan yöneticilerin farklı zaman dilimleri için farklı SWOT matrisleri hazırlaması gerektiğini ifade etmektedir. Tablo 14'te SWOT analizi kapsamında Almanya için Weihrich (1999: 3) tarafından hazırlanan SWOT matrisi ve bu matristeki stratejilerin açıklamaları yer almaktadır.

Tablo 14: SWOT matrisi ve Uygulanan Stratejiler

	İç Çevre Faktörleri	Üstünlükler	Zayıflıklar
	Dış Çevre Faktörleri	Kültürel normlar, eğitim sistemi, politik sistem, doğal kaynaklar, ulaşım sistemi, altyapı, teknolojik yenilik, yönetim tecrübeleri vb.	Üstünlükler bölümünde yer alan faktörlerde gözlenen eksiklikler / yetersizlikler vb.
	Fırsatlar	<i>S-O stratejisi: Maxi-Maxi</i>	<i>W-O stratejisi: Mini-Maxi</i>
	Avrupa Birliği, Kuzey Amerika, Doğu Avrupa, Sovyet ülkeleri, Pasifik Bölgesi ve Asya vb.	Küresel pazarda ulusun üstünlüklerini fırsatlardan yararlanmak amacıyla kullandığı için en iyi stratejidir.	Fırsatlardan yararlanabilmek için zayıflıkların iyileştirilmesini öngören geliştirilebilir bir stratejidir.
	Tehditler	<i>S-T stratejisi: Maxi-Mini</i>	<i>W-T stratejisi: Mini-Mini</i>
	Fırsatlar bölümünde gösterilen kıta veya ülkelerdeki firmalar ya da tüm endüstri.	Tehditlerle baş edebilmek veya tehditlerden kaçabilmek için üstünlükleri kullanma stratejisi.	Yabancı yatırımları ülkeye çekme ve ilgili yabancı işletmeler veya endüstriler için cazip koşullar yaratma vb. uygulamaları kapsayan strateji.

Kaynak: Weihrich, 1999: 3.

SWOT analizi kapsamında geliştirilen SWOT matrisi turizm sektöründe özellikle turistik destinasyonların geleceğe yönelik strateji planlamalarında yoğun olarak kullanılmaktadır. Nitekim Narayan (2000) Fiji turizm endüstrisinin; Curtis, Mylonakis ve Ktenidis (2007) Yunanistan'ın Zante Adası'nın; Mcdowall ve Wang

(2009) Tayland turizm endüstrinin; Babu ve Subramoniam (2009) Kerala turizminin, Wickramashinghe ve Takano (2009) Sri-Lanka turizminin; Subramoniam, Al-Essai, Al-Marashadi ve Al-Kindi (2010) Umman turizm endüstrinin ve Phu-ngamdee (2010) Tayland WAT bölgesi turizminin SWOT analizlerinde geleceğe yönelik SWOT matrisi geliştirmişlerdir. Tablo 15’te Wickramashinghe ve Takano tarafından 2009 yılında Sri-Lanka turizmi için hazırlanan SWOT matrisi örneği yer almaktadır.

Tablo 15: Sri-Lanka Turizmi SWOT Matrisi

	ÜSTÜNLÜKLER	ZAYIFLIKLAR
	SO Stratejileri: Maxi-Maxi	WO Stratejileri: Mini - Maxi
F	(Seçenek 1) İzolasyon stratejisi: Pazarlaması yapılan ve hastalıktan etkilenmeyen destinasyonlar diğer	(Seçenek 3) Paydaşları turizm gelişimine dâhil etme stratejisi: Özel-kamu paydaşları ile işbirliği sağlanarak, ürün kalitesi ve özel müşteri ilişkileri kültürünü geliştirme, turizm gelişimi için yeni çevre politikası geliştirilmesi.
I	mümkün olan pazarlama karması ve ürün geliştirme ile birlikte yeni konumlandırılabilir.	(W2/W3/W6/W4/W5/W1/O4/O2/O3)
R	(S1/ S2/ S4/ S5/ S3/O4/O2/O3/O1/O5)	(Seçenek 4) Dağıtım kanallarını çeşitlendirme stratejisi: Dağıtım kanalları veya turizm araçları insanları “ne zaman”, “nereye”, “nasıl” seyahat edecekleri hususunda önemli etkilere sahip olmaları nedeniyle destinasyona kaç turist geleceğine dair geniş kontrole sahiptirler.
S	(Seçenek 2) Farklaştırılmış yaklaşım stratejisi: Aynı veya farklı bir pazarlama karması rakip destinasyonlardan farklı bir şekilde uygulanabilir.	(W3/W2/W5/W1/W6/O4/O2/O1/O4/O5)
A	(S1/S2/S5/O4/O2)	
T	ST Stratejileri: Maxi – Mini	WT Stratejileri: Mini –Mini
E	(Seçenek 5) Ürün değişikliği stratejisi ile birlikte odaklanmış/ bölümlenmiş pazarlanma faaliyetleri: Pazar bölümleme turistler arasında benzer isteklere sahip olan spesifik grupları tanımlamaktadır. Bu bağlamda niş pazar ürünleri ve en iyi olma stratejileri kullanılmalıdır.	(Seçenek 7) Etkili ve esnek bir pazarlama tanıtım stratejisi uygulama: Tanıtım gezileri, özel etkinlikler, billboard kullanımı, fuarlara katılım, TV programları, halkla ilişkiler ve reklam gibi en iyi tanıtım taktikleri ile hedef pazarlarda güven sağlama.
H	(S1/S2/S5/S4/S3/T2/T5/T1)	(W3/T5/T2/T1)
D	(Seçenek 6) Pro-aktif iletişim stratejisi: Potansiyel ziyaretçilerin zihninde yaratılmış olan olumsuz imajı gidermek amacıyla merkezileşmiş, dürüst, şeffaf ve bilgilendirici iletişim kurulmalıdır.	(Seçenek 8) Örgütsel düzeyde karşılıklı ilişkiler ve takım çalışması için işbirliği sağlama: Turizm birçok kesimin şebeke ağlar aracılığıyla birçok hizmeti bir araya getirmesidir; dolayısıyla turizm organizatörleri arasında bir şebeke ağı (network) geliştirilmelidir.
i	(S4/S1/S2//T5/T2)	(W2/W1/W3/W6/T2/T1/T5)
T		
L		
E		
R		

Kaynak: Wickramashinghe ve Takano, 2009.

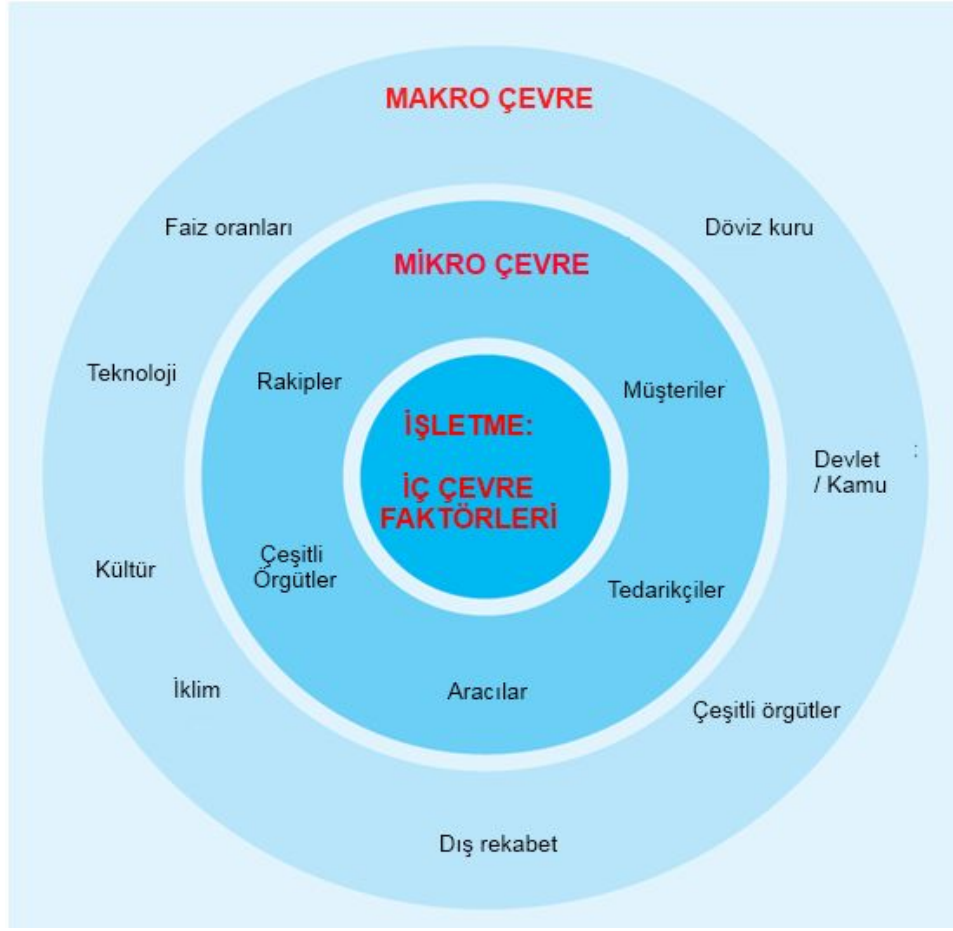
Tablo 13 ve 15’de de görüldüğü üzere turizm işletmeleri ve turizm destinasyonlarındaki yerel yönetimler açısından SWOT analizi ve SWOT matrisi,

analiz sürecinde birçok faktör değerlendirildiği ve daha dinamik bir çevrede gerçekleştirildiği için çok daha kapsamlı olarak ele alınmaktadır. Diğer yandan turistik destinasyonlar ve bu destinasyonlardaki turizm işletmelerinin karşı karşıya olduğu söz konusu çevre faktörlerinin her biri destinasyonlar ve işletmeler üzerinde çok önemli etkilere sahiptirler. Bu bakımdan çevre faktörlerinin detaylı olarak incelenmesi destinasyonun ve/veya turizm işletmesinin geleceği için kritik önem arz etmektedir. Bu nedenle turizm destinasyonları ve/veya turizm işletmelerinin faaliyet gösterdikleri piyasalarda karşı karşıya olduğu çevresel faktörler bir sonraki konuda detaylı olarak ele alınmıştır.

2. SWOT KAPSAMINDA ÇEVRE FAKTÖRLERİ VE ANALİZİ

Yoğun rekabet ortamında işletmelerin piyasalarda kendi başlarına olmadıkları ve her bir işletmenin bir sistemin içerisinde başka sistemlerden oluşmuş bir yapı olduğunu ileri süren sistem yaklaşımına göre, işletmeler başarılı olmak için çevresiyle uyumlu bir şekilde faaliyet göstermek zorundadır. Dolayısıyla her bir işletme başarılı olabilmek için içinde bulunduğu dış çevreyi ve kendi içlerinde bulunan iç çevreyi anlamak için her iki çevreyi de analiz etmek zorundadır (Ülgen ve Mirze, 2010: 65).

İşletmelerin faaliyette buldukları çevreler ve çevre faktörleri faaliyet alanları, sahip oldukları lokasyonlar, buldukları ülkelerin siyasi ilişkileri, teknolojiyi kullanma oranları vb. çeşitli unsurlara göre çeşitlilik göstermekle birlikte tüm işletmelerin etkilendiği ortak çevre unsurlar mevcuttur. Blythe, (2005: 27) işletmelerin faaliyetlerini sürdürdükleri ortamda karşı karşıya olduğu çevre faktörlerini Şekil 6'da sıralamaktadır. Şekil 6'da görüldüğü üzere işletmeler içinde buldukları piyasalarda birçok dış çevre faktörleri ile karşı karşıyadır ve işletmenin kontrolü dışında olan bu faktörleri makro ve mikro çevre faktörleri olarak sınıflandırmak mümkündür. İşletmelerin sürekli olarak izlemek ve bunlara karşı çeşitli stratejiler geliştirmek zorunda olduğu söz konusu faktörlerin yanı sıra işletme içerisinde var olan ve işletme faaliyetlerini etkileyen faktörler ise iç çevre faktörleri olarak nitelendirilmektedir.



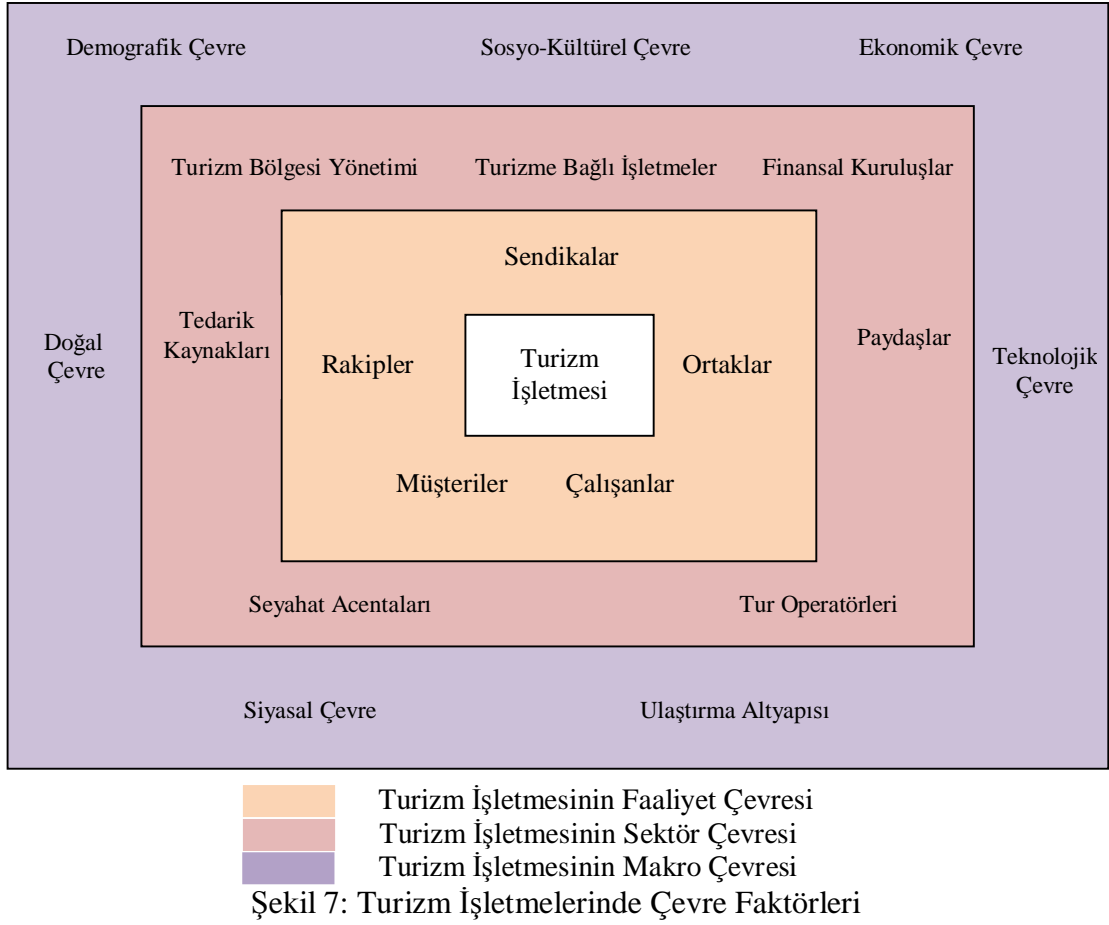
Şekil 6: Mikro ve Makro Çevresel Faktörler

Kaynak: Blythe, 2005: 27.

İşletmelerin piyasalarda karşı karşıya olduğu makro çevre faktörlerini demografik çevre, ekonomik çevre, sosyal ve kültürel çevre, politik ve hukuki çevre, rekabet ve teknoloji olarak gruplandırmak mümkündür (Yükselen, 1994: 34; Mucuk, 1997: 25; Tokol, 1994: 19). İşletmelerde iç çevre faktörlerini ise yönetim finans, muhasebe, üretim, ar-ge, personel, imaj, lokasyon gibi pazarlama dışı unsurlar ve pazarlama karması elemanları oluşturmaktadır (Yükselen, 1994: 35).

Hizmetler sektörü içerisinde yer alan turizm işletmeleri ve buna bağlı olarak turizm destinasyonları da diğer işletmeler gibi rekabetçi bir ortamda ve birçok çevresel faktörün etkisinde faaliyetlerini sürdürmektedirler. Bununla birlikte turizm işletmelerinin etkilendiği çevre faktörleri gerek sundukları hizmetlerin niteliği gerekse de sektörel oluşum nedeniyle bir takım farklılıklar arz etmektedir. Emir

(2011: 33), turizm işletmelerinin karşı karşıya kaldığı çevresel faktörleri Kozak'tan (2010) uyarılama yaparak Şekil 7'deki gibi belirtmektedir.



Kaynak: Kozak, 2010: 36-43; Akt: Emir, 2011: 33.

Şekil 7'de görüldüğü gibi üzere turizm işletmeleri temel olarak makro çevre faktörleri, sektörel çevre ve faaliyet çevresinden etkilenmekte ve bu unsurlarla etkileşim halinde faaliyetlerini sürdürmektedirler. Şekil 7'de gösterilen çevre faktörleri turizm işletmeleri tarafından SWOT analizi kapsamında güçlü yönler, zayıf yönler, fırsatlar ve tehditler bağlamında ayrı ayrı ele alınmaktadır. Dolayısıyla söz konusu çevre faktörlerinin SWOT unsurları doğrultusunda analiz edilmesi gerekmektedir.

2.1. GÜÇLÜ YÖNLERİN ANALİZİ

Herhangi bir alanda faaliyetlerini sürdüren işletmeler için güçlü yönlerin analizi SWOT kapsamında işletmenin iç çevre faktörlerinin analizini ifade etmektedir. Nitekim Middleton ve Clarke (2001: 207) güçlü yönler ile işletmenin temel yetenekleri şeklinde sahip olduğu avantajların kastedildiğini belirtmektedir. Bu bağlamda daha önce açıklandığı üzere güçlü yönler bağlamında ele alınan çevre faktörleri yönetim finans, muhasebe, üretim, ar-ge, personel, imaj, lokasyon gibi pazarlama dışı unsurlar ve pazarlama karması elemanlarından (Yükselen, 1994: 35) oluşmaktadır. Diğer yandan işletmelerin sahip olduğu sadık müşteriler bir iç çevre faktörü olmamakla birlikte sıkça güçlü yönlerden biri olarak kabul edilmektedir (Mason ve Hazell, 1993: 178).

İşletme açısından dış çevrenin yarattığı fırsatlardan yararlanabilmek için güçlü olmak ve üstünlüklere sahip olmak hayati öneme sahiptir. Dahası, işletme söz konusu güçlü yönleri ile işletmenin varlığını tehdit eden dış çevre unsurlarına cevap vermek durumundadır (Ülgen ve Mirze, 2010: 161). Bu nedenle her bir işletme sahip olduğu güçlü yönleri geleceğe yönelik olarak etkin bir şekilde planlamalıdır.

Turizm işletmeleri tarafından SWOT kapsamında yapılacak güçlü yönlerin analizi turizm işletmelerinin emek yoğun yapıda olması, çoğunlukla hizmet sunumu ve soyut hizmetlerin varlığı nedeniyle daha da önem taşımaktadır. Örneğin işletmenin sahip olduğu personel niteliği bir mermer fabrikası için daha az önem arz eden bir unsur olmasına rağmen turizm işletmelerinde işletmenin sahip olduğu personel niteliği en önemli faktörlerden birisidir. Ayrıca turizm sektöründe benzer hizmetler sunan birçok işletme ve/veya destinasyon olması turizm işletmelerinin iç çevre faktörlerini sürekli olarak kontrolünü ve geliştirmesini zorunlu kılmaktadır. SWOT kapsamında turizm işletmeleri/destinasyonlarına yönelik gerçekleştirilen analizler sonucu elde edilen güçlü yönlerden bazıları şunlardır.

— İsrail'in Negev kentinde yer alan Kibbutz Gvulot için ekoturizm kaynakları, sessiz ve çevreden izole edilmiş lokasyon (Collins-Kreiner ve Wall, 2007: 59).

— Bangladeş'te ormana dayalı turizm için benzersiz manzara güzelliği, ucuz ulaşım ve sosyo-kültürel değişim (Alam, Furukawa ve Akter, 2010: 170).

— Umman turizmi için biyolojik çeşitlilik ve endemik türlerin varlığı, özel sektör ile güçlü ilişkiler, zengin kültürel varlıklar, gelişmiş altyapı, turizm politikalarının sürdürülebilir turizmi desteklemesi vb. (Subramoniam vd., 2010: 11).

— Yunanistan'ın Zante adası için ılıman iklim, temiz sahiller, uygun fiyatlar ve adaya doğrudan seferler olması (Curtis, Mylonakis ve Ktenedis, 2007: 549).

— Romanya'da bulunan Oltenia destinasyonu için gelişmiş altyapı, homojen bir destinasyon olma, tedavi edici-iyileştirici doğal su kaynaklarının olması, bazı Avrupa başkentlerine yakın konumda olması (Stancioiu vd., 2009: 37).

2. 2. ZAYIF YÖNLERİN ANALİZİ

SWOT kapsamında iç çevre faktörlerinin analizinin bir parçası olan zayıf yönler işletmenin piyasada hedefine ulaşmak için gereksinim duyduğu içsel yetkinlik, kaynak veya niteliklerin eksikliği (Leigh, 2006: 1096) olarak ifade edilmektedir. İşletmeler açısından zayıf yönler yetersiz finansal kaynaklar, pazarlama becerisi eksikliği, marka imajı eksikliği, pazarlama alanındaki dezavantajlı konum, strateji yoksunluğu, Ar-ge faaliyetlerine zaman ve önem verilmemesi, maliyetlerin yüksek olması, demode ürünler bulundurma, ürün çeşitliliğinin olmaması, karar alma vb. süreçlerin etkin işlememesi, eğitimsiz işgücü gibi çeşitli unsurlardan oluşmaktadırlar (Torlak ve Altunışık, 2009: 67).

SWOT analizi kapsamındaki zayıf yönler turizm işletmeleri ve/veya destinasyonları açısından değerlendirildiğinde yukarıda belirtilen tüm unsurların turizm işletmeleri açısından da geçerli olduğunu belirtmek gerekir. Bununla birlikte turizm işletmelerinin kendine özgü yapı ve birtakım faaliyetlerinden dolayı yalnızca turizm işletmeleri/destinasyonlarında zayıflık olarak değerlendirilebilecek unsurlar mevcuttur. Doswell'e (2002: 198) göre bu unsurlardan bazıları şunlardır;

- Kültürel varlıkların bulunduğu alanlardaki kapalı durumdaki müzeler,
- Otel ve/veya restoran işletmelerinde sunulan yiyecek ve içeceklerin kalitesiz olması ve yavaş servis yapılması,
- Bölgede elektrik kesintileri yaşanması veya iletişim imkânlarının yetersizliği,
- Kıyı turizmine yönelik alanlarda sahillerin kirli olması,

- Turistlerin katılabileceği rekreasyonel faaliyetlerin yetersiz oluşu,
- Kalifiye olmayan ve kaba davranan personel.

Turizm işletmeleri ve/veya destinasyonlarının SWOT analizine yönelik gerçekleştirilen akademik çalışmalarda tespit edilen zayıf yönlerden bazıları ise şunlardır;

— Samsun ilinde doğal kaynaklara dayalı turizm faaliyetleri açısından, yerel yönetimlerin duyarsız olması, çeşitli turizm kaynaklarının arza dönüşmemesi, ziyaretçi bilgilendirme ve diğer hizmetlerin sınırlı olması, iklimik faktörlerin kıyı turizmine olumsuz etkileri, turizm gelişimine yönelik yatırımların çok az olması (Şahin ve Yılmaz, 2009: 229).

— Fiji turizm endüstrisi açısından ülkedeki politik istikrarsızlık, döviz kuru sızıntıları, arazi yatırımlarındaki belirsizlik, altyapının gelişmemiş olması, yüksek yatırım riski, çevrenin tahribi, olumsuz sosyal etki, istihdam kaynaklı olumsuz ekonomik etkiler (Narayan, 2000: 20-22).

— Bir otel işletmesi açısından marka imajının zarar görmesi, trafik gürültüsü, otel odalarının küçük olması, fiyatların rakiplere göre yüksek olması, otel broşürünün yetersiz ve eski olması, kat hizmetlerinde işgücü devir hızının yüksek olması, ziyafet ve banket alanlarının yetersiz oluşu, müşteri anketlerinde hizmetlerde sorun olduğunun tespit edilmesi vb. (Bowie ve Buttel, 2004: 325).

— Sri-Lanka turizmi açısından kısıtlı ulaşım imkanları, turizm ve turizmle ilişkili faaliyetleri gelişim sürecinde olması, pazarlama stratejisinin doğru olmaması, turizm alanındaki yetkililer arasında yaşanan koordinasyon eksiklikleri, turizm yönetiminin yapılandırılmamış olması, tsunami vb. afetlere karşı yetersiz hazırlık (Wickramashinge ve Takano, 2009).

2.3. FIRSATLARIN ANALİZİ

Herhangi bir faaliyet için elverişli zaman ve diğer şartların oluşması (Dinçer, 1998: 205) anlamına gelen fırsatlar, SWOT analizi kapsamında işletmenin faaliyetlerini sürdürdüğü mikro ve makro çevre faktörlerinin incelenmesi ve geleceğe dönük avantajların saptanması sürecini içermektedir. Diğer bir ifadeyle fırsatlar işletmenin yarar sağlamak için sürdürdüğü ve/veya genişlettiği uygun dış çevre

olanaklarının olmasıdır (Leigh, 2006: 1096). Wehrich (1982: 56) fırsatları ekonomik, sosyal ve politik, demografik faktörler, ürünler ve teknoloji, mevcut pazar koşulları, rekabet ve diğer faktörler olarak sınıflandırmıştır. Bu bağlamda SWOT analizi kapsamında fırsatları değerlendirmek isteyen bir işletme öncelikle makro çevre faktörlerini detaylı olarak ele almalı ve uygun koşullardan yararlanabilmelidir.

SWOT analizi sürecinin bir parçası olan fırsatların analizi turizm işletmeleri açısından ele alındığında; turizm işletmelerinin de öncelikle makro çevre unsurlarını ve sonrasında da sektör çevresini ele alması gereği açıktır. Bu bağlamda turizm piyasasında faaliyet gösteren bir konaklama işletmesi için fırsatların analizinde diğer işletmelerin aksine ilk olarak doğal çevre faktörlerini değerlendirmelidir. Söz konusu gereklilik ise turistik faaliyetlerin çoğunlukla turizm açısından önem arz eden alanlarda gerçekleştirilmesinden kaynaklanmaktadır. Konaklama işletmesi doğal çevre faktörleri ile birlikte diğer makro çevre faktörlerini ve tur operatörleri, seyahat acentaları, yerel turizm yönetimleri vb. sektör çevresi faktörlerini de eş zamanlı değerlendirerek fırsatları saptamalıdır.

Turizm işletmeleri ve/veya destinasyonlarına yönelik olarak daha önce gerçekleştirilen akademik çalışmalarda SWOT analizleri kapsamında tespit edilen fırsatlardan bazıları ise şunlardır;

— Romanya-Oltenia destinasyonu turizm gelişimi açısından sağlıklı kalma ve dinlenme amaçlı kür tedavilerinin varlığı, tedavi amaçlı da kullanılabilen içme suyu kaynakları, kalifiye ve ucuz işgücü, turistlerin gerçekleştirilen faaliyetleri yüksek derecede ilgi göstermesi vb. (Stancioiu vd., 2009: 37).

— İsrail'in Batı Negew bölgesinde yer alan Kibbutz Gvulot destinasyonu açısından zengin agroturizm kaynaklarının varlığı, kırsal turizm gelişimi için gerekli tüm unsurlara sahip olunması, destinasyonun uzakta ve izole konumda olması dolayısıyla maceracı ekoturistlerin ilgisini çekmesi (Collins-Kreiner ve Wall, 2007: 60).

— Yunanistan-Zante Adası turizm gelişimi açısından; alternatif turizm faaliyetlerinin gelişme sürecinde olması, altyapı ve üstyapıda yaşanan gelişmeler, deniz ve havayolu ulaşımının hızlı gelişimi vb. (Curtis, Mylonakis, Ktenidis, 2007: 549).

2.4. TEHDİTLERİN ANALİZİ

SWOT kapsamında değerlendirilen tehditler, fırsatlar gibi makro çevre faktörleri ile ilişkili olup, mevcut durum ve gelecek ile ilgilidir (Kelly, 2006: 6). Pardey (2007: 32) mevcut ürüne olan talebi azaltıcı lokal ve ulusal trendlerin varlığı, aynı/benzer ürünü üreten diğer işletmelerin müşteri çekmesi gibi unsurların tehditler kapsamında ele alınması gerektiğini belirtmektedir. Kotler ve diğerleri (1999: 94) ise bir işletmede tehdit olarak algılanabilecek faktörleri; rekabete ilişkin faaliyetler (örneğin büyük bir rakip firmanın, güçlü bir reklam kampanyası ve tanıtım faaliyetleri ile yeni bir evcil hayvan gıdası üreteceğini açıklaması vb.), dağıtım kanalı baskısı, demografik özellikler ve politik koşullar olarak ifade etmektedirler. Diğer yandan Perry ve Bacon (2007: 94) işletme tarafından fırsat olarak nitelendirilen unsurların eksik veya firma aleyhine olduğu durumlarda tehditlerin söz konusu olduğunu belirtmektedir. Bu bağlamda işletmeler açısından tehditler fırsatlar ile birlikte ele alınması ve geleceğe yönelik önlemler alınması gereken faktörlerden oluşmaktadır.

SWOT analizi sürecinde geleceğe yönelik olarak makro çevrenin değerlendirilmesi tekniği turizm işletmeleri açısından da benzer özellikler göstermektedir. Turizm işletmeleri de faaliyetlerini sürdürdükleri sektör çevresi ve makro çevre faktörleri kapsamında karşı karşıya kalabilecekleri tehditleri sürekli olarak analiz etmekte ve izlemektedirler. Doswell (2002: 199), turizmin geleceğini olumsuz yönde etkileyecek trend, olaylar veya faktörler, turizme karşı olumsuz sosyal tutumlar, artan deniz ve nehir kirliliği, döviz kurlarındaki olumsuz değişimler, tedarik sıkıntıları, nitelikli işgücü eksikliği, yeni rakiplerin ortaya çıkması vb. faktörlerin turizm işletmeleri ve/veya turizm sektörü açısından tehdit olarak algılanması gerektiğini belirtmektedir. Konuya ilişkin yapılan akademik çalışmalarda tespit edilen tehditlerin bazıları ise şu şekilde ifade edilmektedir;

— Wickramashinghe ve Takano (2009) Sri-Lanka turizm destinasyonu açısından SWOT analizinde tespit edilen tehdit unsurlarını; rakip konumundaki bölgesel destinasyon ve turizm kaynakları, emniyet ve asayiş konusundaki olumsuz algılamalar, politik istikrarsızlık, aktif turizm denetim otoritelerinin eksikliği,

potansiyel turistlerin doğal afetler (tsunami) sebebiyle destinasyon hakkındaki olumsuz önyargıları şeklinde ortaya koymaktadır.

— Babu ve Subramoniam (2009: 231) Kerala’da ekoturizmin gelişimi sürecinde plansız büyümenin kirliliğe yol açması, her geçen gün daha fazla ormanlık alanın yok edilmesi, doğaya dayalı turizm aktivitelerinden kitle turizmine doğru yöneliş, ekoturizm projelerinin hazırlanması sürecinde doğanın yeteri kadar anlaşılabilmesi, büyüme ve taşıma kapasitesi limitlerinin üzerine çıkılmasının birer tehdit unsuru oluşturduğunu ifade etmektedirler.

— Subramoniam ve diğerlerine göre (2010: 13) Umman turizminin gelişimi sürecinde tehdit olarak algılanan unsurlar şunlardır; döviz kuru dalgalanmaları, etnik ve dini karmaşıklıklar, plansız büyümenin bir sonucu olarak çevresel kirlilik ve kültürel yozlaşma, büyüme ve taşıma kapasitesi limitlerinin göz ardı edilmesi, turizm projelerinin hazırlanması sürecinde doğaya yeteri kadar önem verilmemesi, yanlış yönlendirilen ve kontrolsüz turist sayısının giderek artması, turizm projelerinde ortak katılımın az oluşu, bölgesel krizler (terörizm, tsunami, kuş gribi vb.), kriz yönetiminin yetersizliği vb..

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

AFYONKARAHİSAR İLİNİN TERMAL TURİZM AÇISINDAN SWOT ANALİZİ İLE DEĞERLENDİRİLMESİNE YÖNELİK BİR UYGULAMA

1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın turizmi çeşitlendirme stratejisi kapsamında Türkiye'de alternatif turizm faaliyetlerinin kapsam ve önemi giderek artmakta ve termal turizm faaliyetleri alternatif turizm faaliyetleri içerisinde önemli bir boyutu oluşturmaktadır. Termal turizm açısından çok önemli kaynaklara ve nitelikli termal otel işletmelerine sahip olan Afyonkarahisar ili, termal turizmde rekabetçi yapısını koruyabilmek adına mevcut koşulları en iyi şekilde değerlendirmeli ve geleceğe yönelik stratejiler ortaya koymalıdır.

Bu araştırmanın amacı, termal turizm konusunda Türkiye'de önemli bir konumda yer alan ve uluslararasılaşma yolunda çaba sarf eden Afyonkarahisar ilinin termal turizmdeki mevcut durumunu ve geleceğini SWOT analizi tekniği ile belirleyerek, geleceğe yönelik tavsiye niteliğinde çıkarımlarda bulunmaktır. Söz konusu temel amaç doğrultusunda ilin termal turizm konusundaki üstünlükleri ve zayıflıkları belirlenerek, geleceğe yönelik fırsatları ve tehditleri ortaya konulmak istenilmektedir. Bu kapsamda anket yöntemi ile katılımcı görüşlerinin elde edilmesi planlanmıştır. Diğer yandan araştırma kapsamında Afyonkarahisar ilinin termal turizm alanındaki mevcut durumu ve gelecekteki muhtemel pozisyonuna ilişkin katılımcılardan elde edilen bilgiler ile Afyonkarahisar termal turizm destinasyonuna ilişkin bütüncül bir bakış açısı ve önemli bir veri kaynağı sağlanacaktır.

Araştırmada elde edilen veriler Afyonkarahisar termal turizminin daha etkin kullanılması açısından önemlidir. Elde edilen veriler aynı zamanda ilin turizm

politikalarının daha etkin oluşturulması bağlamında önem taşımaktadır. Bununla birlikte araştırma sonuçları konuyla ilgili literatüre ve sektör temsilcilerine katkı sağlaması bakımından da önem taşımaktadır.

2. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

2.1. EVREN VE ÖRNEKLEM

“Termal Turizm Açısından Afyonkarahisar İlinin SWOT Analizi İle Değerlendirilmesi” başlıklı araştırmanın evreni olarak turizm işletme belgeli termal otel işletmelerinde görevli personel belirlenmiştir. Turizm işletme belgeli termal otel işletmelerinde çalışan personelin evren olarak tercih edilmesinde, söz konusu personelin diğer toplum grupları ve dışarıdan gelen müşterilere göre Afyonkarahisar destinasyonu hakkında daha fazla bilgiye sahip olmaları başlıca etkidir. Bununla birlikte söz konusu personelin işletme ve destinasyon yönetimi kaynaklı sorunlar ve geleceğe yönelik projeler konusunda daha bilgili olması dolayısıyla daha objektif ve gerçekçi değerlendirmelerde bulunacağı öngörülmüştür.

Araştırma evreni Afyonkarahisar il merkezinde faaliyet gösteren turizm işletme belgeli beş yıldızlı termal otel işletmelerinde çalışan personel ile sınırlandırılmıştır. Dolayısıyla araştırmada örneklem alınmamış ve tam sayım yöntemi ile her bir personele anket uygulanması hedeflenmiştir. Araştırmanın yapıldığı Şubat-Nisan 2011 tarihleri arasında Afyonkarahisar ili Ömer-Gecek bölgesinde faaliyet gösteren turizm işletme belgeli beş yıldızlı termal tesislerde çalışan personel sayısının 781 olduğu tespit edilmiş ve söz konusu 781 kişiye anket uygulanması hedeflenmiştir. Anket uygulaması sürecinde ankete katılmayı reddeden, o dönemde izinli olan personeller ve hatalı ve/veya eksik doldurulan anketler nedeniyle toplam 453 anket değerlendirmeye alınmış ve analizi yapılmıştır. Bu bağlamda tam sayım yönteminin uygulandığı çalışmada evrenin % 58’inden veri alınabilmiştir.

2.2. VERİ TOPLAMA YÖNTEMİ

Çalışmanın evren ve örneklem bölümünde de belirtildiği üzere “Termal Turizm Açısından Afyonkarahisar İlinin SWOT Analizi İle Değerlendirilmesi” konulu bu araştırmada, araştırma kapsamında elde edilmesi planlanan verilerin toplanmasında anket tekniğinden faydalanılmıştır. Veri toplama yöntemi olarak anket tekniğinin seçiminde evrenin büyüklüğü, zaman ve maliyet gibi unsurlar ön plana çıkmıştır.

Araştırma kapsamında anketin hazırlanması sürecinde yerli ve yabancı literatür araştırması yapılarak konuyla ilgili çalışmalarda kullanılan anketler incelenmiştir. İnceleme sonucunda Emir’in (2011) Afyonkarahisar ilinde gerçekleştirildiği “Afyonkarahisar İli’nin Turizm SWOT Analizi” konulu çalışmada kullandığı anket referans olarak kullanılmıştır. Bununla birlikte anketin oluşturulmasında Gökçe, (2006), Durgun (2007); Wickramashinghe ve Takano, (2009) ve Subramoniam ve diğerlerinin (2010) çalışmaları incelenerek ankette ekleme ve/veya düzeltmeler yapılmıştır.

Verilerin toplanması amacıyla oluşturulan anket iki bölümden oluşmaktadır. Anketin ilk bölümünde katılımcıların cinsiyeti, medeni durumu, yaşı, eğitim seviyesi gibi demografik özelliklerinin niteleyen kapalı uçlu sorulara ve işletmede çalıştığı birimi niteleyen “Çalıştığınız bölümü belirtiniz” sorusuna yer verilmiştir.

Anketin ikinci bölümünde ise literatür incelemesi sonucunda oluşturulan 48 adet ifadeye yer verilmiştir. İfadeler temel olarak Afyonkarahisar termal turizminin güçlü ve zayıf yönleri ile fırsat ve tehditlerinin değerlendirilmesine ilişkin önermeleri içermektedir. Anketin ikinci bölümünde yer alan söz konusu ifadeler beşli Likert tipi ölçek ile derecelendirilerek, katılımcıların belirtilen önermelere katılım düzeylerini belirtmeleri istenmiştir. Bu kapsamda her bir önerme için “kesinlikle katılmıyorum=1”, “katılmıyorum=2”, “fikrim yok=3”, “katılıyorum=4”, “kesinlikle katılıyorum=5” şeklinde derecelendirilmiş ölçek hazırlanarak katılımcılardan kendilerine en uygun olan rakamı (katılım düzeyini ifade etmekte kullanılan semboller) işaretlemeleri talep edilmiştir.

2.3. VERİLERİN ANALİZİ

Araştırmada katılımcılara ait demografik ve tanımlayıcı verilerin analizi amacıyla yüzde ve frekans analizinden faydalanılmıştır. Afyonkarahisar ili termal turizminin SWOT analizini içeren ölçekteki ifadelerin analizinde ise öncelikle verilerin normallik testi gerçekleştirilmiştir. Test sonucunda verilerin normal (homojen) dağılıma sahip olduğu saptanmış ve analizlerde parametrik testler kullanılmasına karar verilmiştir.

Araştırmanın bir sonraki aşamasında ölçekteki ifadeler için faktör analizi yapılarak alt gruplar tespit edilmiş ve her bir alt gruba ilişkin katılımcı görüşleri yüzde, frekans, standart sapma ve ortalama sapma değerleri ile yorumlanmıştır. Veri analizinin son aşamasında ise katılımcıların SWOT faktörlerine (alt gruplar) ilişkin görüşleri cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim seviyesi ve işletmede çalıştığı birim bağlamında karşılaştırılarak, istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık olup olmadığı analiz edilmiştir. Katılımcı görüşlerinin karşılaştırılmasında parametrik testlerden bağımsız örneklem t testi ve tek faktörlü varyans analizi (ANOVA) tekniklerinden yararlanılmıştır. Analiz sonucunda farklılık bulunan grupların ikili karşılaştırılmasında ise çoklu karşılaştırma testlerinden Duncan testi tercih edilmiştir.

3. ARAŞTIRMA BULGULARI ve DEĞERLENDİRMELER

3.1. KATILIMCILARIN BAZI DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİNE İLİŞKİN BİLGİLER

Araştırmada anket yöntemi ile elde edilen verilerin analizine ilişkin bulguların yer aldığı bu bölümde ilk olarak katılımcılara ait bazı demografik özellikler incelenmiştir. Bu kapsamda gerçekleştirilen frekans ve yüzde analizi sonuçları Tablo 16'da gösterilmiştir.

Tablo 16'da gösterilen bulgular doğrultusunda araştırma kapsamında anketi yanıtlayan katılımcıların %68.2'sini temsil eden 309 kişinin erkek, %31.8 ile 144 kişinin ise kadın olduğu görülmektedir. Katılımcıların %59.2'si ise evlidir. Toplam 453 katılımcının oluşturduğu grubun geri kalan %40.8'lik kesimi ise bekârdır.

Tablo 16: Katılımcıların Bazı Demografik Özelliklerine İlişkin Bilgiler

Temel Değişken	Alt Değişken	(f) Frekans	(%) Yüzde
Cinsiyet	Bay	309	68.2
	Bayan	144	31.8
Medeni durum	Evli	268	59.2
	Bekar	185	40.8
Yaş	18-23 yaş arası	95	21.0
	24-29 yaş arası	168	37.1
	30-35 yaş arası	124	27.4
	36-41 yaş arası	45	9.9
	42 yaş ve üzeri	21	4.6
Eğitim düzeyi	İlköğretim	83	18.3
	Ortaöğretim	236	52.1
	Ön lisans	79	17.4
	Lisans ve üzeri	55	12.2
Toplam (n)		453	100

Araştırmada katılımcıların yaşlarına ilişkin daha net bilgilerin elde edilmesi amacıyla ankette yaş sorusu açık uçlu olarak sorulmuştur. Verilerin bilgisayara aktarımından sonra ise istatistiksel yöntemler ile analizler gerçekleştirilmiştir ve katılımcı kitlesinin 18-48 yaş aralığında olduğu tespit edilmiştir. Bir sonraki aşamada da katılımcıların yaş dağılımları istatistiksel yöntemler yardımıyla sınıflandırılmıştır. Bu kapsamda katılımcıların yaş dağılımları incelendiğinde katılımcıların %37.1'inin 24-29 yaş aralığında, %27.4'ünün 30-35 yaş aralığında, %21'inin 18-23 yaş aralığında, %9.9'unun 36-41 yaş aralığında ve son olarak %4.6'sının ise 42 yaş ve üzerinde olduğu tespit edilmiştir. Buna göre 24-29 yaş aralığı ve 30-35 yaş aralığında bulunan kişi sayısının diğer gruplara göre daha fazla olduğu görülmektedir.

Katılımcıların bazı demografik özelliklerinin incelendiği aşamada son olarak eğitim düzeyi ele alınmıştır. Tablo 16'da görüldüğü gibi katılımcıların yarıdan fazlası (%52,1), diğer bir ifadeyle 236 kişisi ortaöğretim düzeyinde eğitim almış kişilerden

oluşmaktadır. Katılımcılardan ön lisans, lisans ve yüksek lisans/doktora eğitim almış kişilerin toplamı ise %29.6 ile 134 kişidir. Katılımcı kitlesinin geri kalan %18.3'lük kesimi ise 83 kişi ile ilköğretim düzeyinde eğitim alan kişilerden oluşmaktadır.

Araştırmanın bu bölümünde son olarak katılımcıların çalıştıkları departmanların frekans ve yüzde dağılımları incelenmiştir. Departman dağılımlarına ilişkin bulgular Tablo 17'de gösterilmektedir.

Tablo 17: Katılımcıların Çalıştıkları Departmanların Dağılımına İlişkin Bilgiler

Temel	Alt	(f)	(%)
Değişken	Değişken	Frekans	Yüzde
	Ön büro-Santral	46	10.2
Çalışılan departman	Kat Hizmetleri	81	17.9
	Mutfak	51	11.3
	Restaurant-Bar	106	23.4
	Muhasebe	18	4.0
	Pazarlama / Halkla İlişkiler	25	5.5
	Teknik Servis	37	8.2
	Animasyon	21	4.6
	Termal Merkez	16	3.5
	Kür Merkezi	34	7.5
	Güvenlik	18	4.0
	Toplam (n)	453	100

Tablo 17 incelendiğinde termal otel işletmelerinde yer alan hizmet birimlerinin büyüklüğü ve konaklama sektörünün yapısına paralel olarak en fazla çalışanın restaurant-bar bölümünde olduğu görülmektedir. 106 kişi ile %23.4'lük bir paya sahip olan restaurant-bar bölümünü, 81 kişi ve %17.9'luk bir pay ile kat hizmetleri bölümü izlemektedir. Tablo 17'deki sonuçlara göre termal otel işletmelerinin termal merkez ve kür merkezinde çalışanların ve anketi yanıtlayan katılımcıların toplamı ise 50'dir ve departmanların dağılımında %11'lik paya sahiptir.

3.2. ÖLÇEK GÜVENİLİRLİĞİ VE FAKTÖR ANALİZİ

Araştırmanın bu bölümünde ankette kullanılan ölçeğin güvenilirlik ve faktör analizlerine yer verilmiştir. Bu kapsamda gerçekleştirilen güvenilirlik analizleri sonucunda genel güvenilirlik katsayısını ifade eden Cronbach's Alpha katsayısı ölçekte yer alan toplam 48 ifade için 0.968 olarak hesaplanmıştır. Sosyal bilimler alanında yapılan çalışmalarda ölçek güvenilirliğini ifade eden Cronbach's Alpha katsayısının 0 ile 1 arasında değerler aldığı ve kabul edilebilir değerlerin en az 0.7 olması gerektiği (Altunışık vd. 2010: 124) göz önüne alındığında araştırma ölçeğinin oldukça güvenilir olduğunu söylemek mümkündür. Araştırmada kullanılan ölçeğe ait faktör analizleri ve bu bağlamda oluşturulan her bir alt gruba ait güvenilirlik katsayıları, özdeğerler, varyans açıklama oranları, kümülatif varyanslar ve Kaiser-Meyer-Olkin örneklem yeterliliği (KMO Test) ve Bartlett's küresellik testi sonuçları ise Tablo 18'de sunulmuştur. Bu kapsamda ilk olarak ölçeğe ait örneklem yeterliliği ölçülmüştür. Analiz sonucunda örneklem yeterliliğini belirten KMO test katsayısı 0.956 ve ölçek üzerinde faktör analizinin uygulanabilirliğini ifade eden Bartlett küresellik testi sonucu $\chi^2=14624.33$; $p=0.000$ olarak hesaplanmıştır. Bu değerler ölçek üzerinde faktör analizinin uygulanabilirliğini ve örneklem yeterliliğini ortaya koymaktadır.

Araştırma kapsamında gerçekleştirilen ve Tablo 18'de sonuçları verilen faktör analizi bulguları detaylı olarak incelendiğinde araştırma ölçeğinin 4 faktörden meydana geldiği ve toplam varyansın %65.138'ini açıkladığı görülmektedir. Analiz sonucu elde edilen 4 faktör ise SWOT kapsamında ifade edilen “*güçlü yönler-zayıf yönler-fırsatlar-tehditler*” faktörleri altında toplanmıştır.

Ölçeğe ilişkin olarak faktör analizi sonucunda elde edilen faktörlerden “güçlü yönler” boyutu ölçeğin toplam varyansının % 34.659'unu, “zayıf yönler” boyutu ölçeğin toplam varyansının % 14.531'ini açıklamaktadır. Faktör analizi sonucunda ölçeğe yönelik olarak elde edilen diğer iki boyuttan “fırsatlar” boyutunun toplam varyansı açıklama oranı % 10.998 iken, “tehditler” boyutunun toplam varyansı açıklama oranı ise % 4.95'tir.

Tablo 18: Güvenirlilik ve Faktör Analizi Sonuçları

FAKTÖRLER	SWOT Analizine İlişkin İfadeler	Faktör Yükleri			
		1	2	3	4
Güçlü Yönler	Termal turizm alanında İl'in son yıllarda popülaritesinin artması	0.727			
	Devam eden termal turizm yatırımları	0.692			
	İl'de sağlık turizmine uygun zengin doğal kaynakların varlığı	0.672			
	Gelişen dünya turizmi ve Türkiye'nin AB adaylığı	0.578			
	İl'in var olan termal turizm imajı	0.547			
	İl'de üniversitenin olması	0.495			
	İl insanının konukseverliği	0.747			
	İl'de yapılan festival ve çeşitli aktivitelerin termal turizme katkı sağlaması	0.724			
	İlin coğrafi konumu ve pazara/pazarlara yakınlık	0.529			
	Turizmi yönlendirecek kalifiye işgücünün varlığı	0.489			
	Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın turizmi bütün yıla yayma politikalarının İl'in termal turizmine katkı sağlaması	0.474			
	Zayıf Yönler	İlin üst yapısının termal turizm için yeterli olmaması		0.768	
İlin alt yapısının termal turizm için yeterli olmaması			0.756		
Turistik yerlerdeki temizlik ve hijyen sorunları			0.725		
İl'deki seyahat acentalarının misyonlarını yeterince gerçekleştirememeleri			0.673		
Konaklama işletmelerinin doluluk oranlarının düşük olması			0.671		
İl'deki kamu ve yerel yönetimlerin termal turizmin gelişimi açısından yeterli katkı sağlayamaması /istekli olmaması.			0.623		
Termal turizme yönelik hizmet kalitesinin yetersizliği			0.755		
İl'e ait turizm kalkınma (master) planlamasının olmaması			0.754		
Kurumlar arasında eşgüdümde görülen eksiklikler			0.753		
Termal turizme yönelik stratejik planlamanın olmayışı			0.723		
Bürokratik engeller			0.655		
Termal turizme yönelik pazarlama ve tanıtım faaliyetlerinin yetersizliği			0.642		
Fırsatlar	Kentin termal turizm imajının zayıflığı		0.448		
	Termal turizmde kamu teşviklerinden yeterince yararlanamama		0.645		
	Termal turizmde yaşanan finansman sorunları		0.567		
	Turizm bilincinin yeterince gelişmemesi		0.566		
	Pazarlama kaynak ve kanallarının yetersizliği		0.498		
	İl'in kamuoyundaki "termal turizm başkenti" imajı			0.768	
	İl'deki termal konaklama işletmelerinin kalite olarak gelişmesi			0.767	
	İl'deki termal konaklama işletmelerinin sayı olarak gelişmesi			0.750	
	Termal turizme olan ilginin artması			0.729	
	Termal turizm faaliyetlerine katılımın hızlı gelişmesi			0.719	
	Bölgenin rakip termal turizm bölgelerine göre gelişmiş olması			0.709	
	İlin ekonomik, sosyo-kültürel gelişmesinde termal turizmin katkısı			0.678	
Termal turizm alanında yeni pazarlara girme potansiyelinin olması			0.672		
Termal turizmin yılın on iki ayı yapılan bir turizm olması			0.648		
Termal turizmde istihdam edilebilecek dinamik bir nüfusun varlığı			0.518		
İl'de devam eden havaalanı yatırımının olması			0.439		
Termal turizmde değişen müşteri istek ve ihtiyaçları			0.415		
Tehditler	Ekonomik dalgalanmalar				0.694
	Gelecekte doğal kaynakların ve çevrenin tahrip olma riski				0.685
	Karar alıcıların termal turizm alanındaki uzman görüşlerine başvurmaması				0.626
	Yeni termal turizm bölgelerinin turizm pazarına girmesi				0.515
	İmar sorunlarının termal turizmi olumsuz yönde etkilemesi				0.595
	Kalifiye personelin diğer turizm bölgelerine göçü				0.576
Seyahat acentalarının artan pazarlık güçleri				0.486	
Termal turizmde müşterilerin artan pazarlık güçleri				0.472	
Özdeğerler		16.637	6.975	5.280	2.376
Güvenirlilik (Cronbach's Alpha)					0.968
Faktör Güvenirliliği (Cronbach's Alpha)		0.905	0.934	0.936	0.921
Varyans açıklama oranı (%)		34.659	14.531	10.998	4.950
Kümülatif varyans (%)		34.659	49.190	60.188	65.138
Keiser-Meyer -Olkin kat sayısı					0.956
Bartlett's Küresellik testi					$\chi^2=14624.33; p=0.000$

3.3. AFYONKARAHİSAR İLİ TERMAL TURİZMİ SWOT FAKTÖRLERİNE YÖNELİK KATILIMCI GÖRÜŞLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Bu bölümde faktör analizi sonucunda oluşturulan SWOT faktörlerine yönelik katılımcı görüşleri “Güçlü yönler”, “Zayıf yönler”, “Fırsatlar” ve “Tehditler” başlıkları altında yüzde, frekans analizleri, aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri bağlamında incelenerek yorumlanmıştır.

3.3.1. Afyonkarahisar İli Termal Turizmi Güçlü Yönlerine Yönelik Katılımcı Görüşlerinin Değerlendirilmesi

Afyonkarahisar ili termal turizminin güçlü yönlerine ilişkin katılımcı görüşlerinin değerlendirildiği Tablo 19 incelendiğinde Afyonkarahisar’ın var olan termal turizm imajının ($\bar{x}=3.60$, s.s=1.12) en güçlü yön olarak değerlendirildiği görülmektedir. Afyonkarahisar ili termal turizminde güçlü yönler olarak değerlendirilen bir diğer önemli unsur ise İl’de sağlık turizmine uygun zengin doğal kaynakların varlığıdır ($\bar{x}=3.58$, s.s=1.20).

Tablo 19: Afyonkarahisar İli Termal Turizmi Güçlü Yönlerine Yönelik Katılımcı Görüşleri

Maddeler	Hiç Katılmıyorum		Az Katılmıyorum		Orta Düzeyde Katılmıyorum		Çok Katılmıyorum		Tamamen Katılmıyorum		\bar{X}	s.s.
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%		
Termal turizm alanında İl’in son yıllarda popülaritesinin artması	20	4.4	84	18.5	100	22.1	131	28.9	118	26.0	3.54	1,19
Devam eden termal turizm yatırımları	22	4.6	88	19.4	93	20.5	143	31.6	108	23.8	3.51	1,18
İl’de sağlık turizmine uygun zengin doğal kaynakların varlığı	24	5.3	82	18.1	77	17.0	149	32.9	121	26.7	3.58	1,20
Gelişen dünya turizmi ve Türkiye’nin AB adavlığı	21	4.6	92	20.3	121	26.7	136	30.0	83	18.3	3.37	1,13
İl’in var olan termal turizm imajı	14	3.1	77	17.0	96	21.2	155	34.2	111	24.5	3.60	1,12
İl’de üniversitenin olması	36	7.9	92	20.3	92	20.3	114	31.8	89	19.6	3.35	1,22
İl insanının konukseverliği	25	5.5	87	19.2	91	20.1	139	30.7	111	24.5	3.49	1,20
İl’de yapılan festival ve çeşitli aktivitelerin termal turizme katkı sağlaması	32	7.1	89	19.6	111	24.5	134	29.6	87	19.2	3.34	1,19
İlin coğrafi konumu ve pazara/pazarlara yakınlık	20	4.4	68	15.0	102	22.5	174	38.4	89	19.6	3.54	1,10
Turizmi yönlendirecek kalifiye işgücünün varlığı	34	7.5	84	18.5	94	20.8	147	32.5	94	20.8	3.40	1,21
Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın turizmi bütün yıla yayma politikalarının İl’in termal turizmine katkı sağlaması	22	4.9	91	20.1	103	22.7	123	27.2	114	25.2	3.48	1,20
Genel Aritmetik Ortalama											3.47	0.84

Tablo 19'daki sonuçlar ışığında, Afyonkarahisar ili termal turizmde güçlü yönler kapsamında diğer unsurlara göre daha az dikkate alınan unsurlar İl'de yapılan festival ve çeşitli aktivitelerin termal turizme katkı sağlaması ($\bar{x}=3.34$, s.s=1.19), İl'de üniversite olması ($\bar{x}=3.35$, s.s=1.22) ve gelişen dünya turizmi ve AB adaylığı şeklindedir ($\bar{x}=3.37$, s.s=1.13).

3.3.2. Afyonkarahisar İli Termal Turizmi Zayıf Yönlerine Yönelik Katılımcı Görüşlerinin Değerlendirilmesi

Afyonkarahisar ili termal turizminin zayıf yönlerine ilişkin katılımcı görüşlerinin değerlendirildiği Tablo 20 incelendiğinde, termal turizmde kamu teşviklerinden yeterince yararlanamama ($\bar{x}=3.45$, s.s=1.10) unsurunun katılımcılar tarafından en zayıf nokta olarak değerlendirildiği anlaşılmaktadır. İl'deki seyahat acentalarının misyonlarını yeterince gerçekleştirememeleri ($\bar{x}=3.38$, s.s=1.18) ise katılımcıların en önemli ikinci zayıf nokta olarak değerlendirdikleri unsurdur. Termal turizm bilincinin yeterince gelişmemesi ($\bar{x}=3.36$, s.s=1.14) ve termal turizmde yaşanan finansman sıkıntıları ($\bar{x}=3.36$, s.s=1.18) ise SWOT analizi kapsamında zayıf yönler olarak değerlendirilebilecek diğer önemli unsurlardır.

SWOT analizi kapsamında Afyonkarahisar ili termal turizminin zayıf yönlerinden diğerlerine oranla daha az öneme sahip olan unsurların başlıcalarını kentin termal turizm imajının zayıflığı ($\bar{x}=3.15$, s.s=1.23), konaklama işletmelerinin doluluk oranlarının düşük olması ($\bar{x}=3.18$, s.s=1.20) ve Afyonkarahisar ili üst yapısının termal turizm için yeterli olmaması ($\bar{x}=3.21$, s.s=1.22) oluşturmaktadır.

Afyonkarahisar ili termal turizminin zayıf yönlerine ilişkin katılımcı görüşlerini belirten Tablo 20 genel olarak incelendiğinde ise İl'de termal turizmden istenilen faydanın sağlanması için kamu teşvik ve desteklerinde yaşanan sıkıntılar, bürokratik engeller, termal turizm bilincinin gelişmemiş olması, termal turizme yönelik stratejik planlama eksikliği, temizlik / hijyen sorunları, pazarlama ve tanıtım eksiklikleri unsurları üzerinde iyileştirmeler yapılması gerektiği anlaşılmaktadır.

Tablo 20: Afyonkarahisar İli Termal Turizmi Zayıf Yönlerine Yönelik Katılımcı Görüşleri

Maddeler	Hiç Katılmıyorum		Az Katılmıyorum		Orta Düzeyde Katılmıyorum		Çok Katılmıyorum		Tamamen Katılmıyorum		\bar{X}	s.s.
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%		
İlin üst yapısının termal turizm için yeterli olmaması	36	7.9	111	24.5	109	24.1	116	25.6	81	17.9	3.21	1.22
İlin alt yapısının termal turizm için yeterli olmaması	48	10.6	100	22.1	103	22.7	114	25.2	88	19.4	3.21	1.27
Turistik yerlerdeki temizlik ve hijyen sorunları	32	7.1	106	23.4	98	21.6	131	28.9	86	19.0	3.29	1.21
İl'deki seyahat acentalarının misyonlarını yeterince gerçekleştirememeleri	25	5.5	96	21.2	107	23.6	134	29.6	91	20.1	3.38	1.18
Konaklama işletmelerinin doluluk oranlarının düşük olması	46	10.2	90	19.9	118	26.0	135	29.8	64	14.1	3.18	1.20
İl'deki kamu ve yerel yönetimlerin termal turizmin gelişimi açısından yeterli katkı sağlayamaması /istekli olmaması.	32	7.1	82	18.1	120	26.5	132	29.1	87	19.2	3.35	1.18
Termal turizme yönelik hizmet kalitesinin yetersizliği	44	9.7	93	20.5	101	22.3	136	30.0	79	17.4	3.25	1.23
İl'e ait turizm kalkınma (master) planlamasının olmaması	22	4.9	96	21.2	132	29.1	132	29.1	71	15.7	3.30	1.11
Kurumlar arasında eşgüdümde görülen eksiklikler	23	5.1	82	18.1	141	31.1	128	28.3	79	17.4	3.35	1.11
Termal turizme yönelik stratejik planlamanın olmayışı	33	7.3	78	17.2	131	28.9	132	29.1	79	17.4	3.32	1.16
Bürokratik engeller	28	6.2	80	17.7	150	33.1	128	28.3	67	14.8	3.28	1.10
Termal turizme yönelik pazarlama ve tanıtım faaliyetlerinin yetersizliği	37	8.2	97	21.4	104	23.0	123	27.2	92	20.3	3.30	1.24
Kentin termal turizm imajının zayıflığı	46	10.2	102	22.5	116	25.6	114	25.2	75	16.6	3.15	1.23
Termal turizmde kamu teşviklerinden yeterince yararlanamama	23	5.1	71	15.7	118	26.0	160	35.3	81	17.9	3.45	1.10
Termal turizmde yaşanan finansman sorunları	27	6.0	78	17.2	136	30.0	129	28.5	83	18.3	3.36	1.14
Turizm bilincinin yeterince gelişmemesi	26	5.7	96	21.2	111	24.5	131	28.9	89	19.6	3.36	1.18
Pazarlama kaynak ve kanallarının yetersizliği	21	4.6	95	21.0	119	26.3	155	34.2	63	13.9	3.32	1.09
Genel Aritmetik Ortalama											3.29	0.82

3.3.3. Afyonkarahisar İli Termal Turizmi Fırsatlarına Yönelik Katılımcı Görüşlerinin Değerlendirilmesi

SWOT analizi kapsamında Afyonkarahisar ili termal turizminin fırsatlarına yönelik katılımcı görüşlerini betimleyen Tablo 21'e göre Afyonkarahisar termal turizminin gelişim sürecinde en önemli fırsat ilde devam eden havaalanı yatırımının olmasıdır ($\bar{x}=3.67$, s.s=1.33). Nitekim araştırmanın yapıldığı süreçte birebir görüşme fırsatı bulunan sektör temsilcilerine göre havaalanı yatırımının bitmesi ile birlikte yurtdışından gelen turist sayısında ciddi artışlar gözlenmesi beklenmektedir.

Tablo 21: Afyonkarahisar İli Termal Turizmi Fırsatlarına Yönelik Katılımcı Görüşleri

Maddeler	Hiç Katılmıyorum		Az Katılmıyorum		Orta Düzeyde Katılmıyorum		Çok Katılmıyorum		Tamamen Katılmıyorum		\bar{X}	s.s.
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%		
İl'in kamuoyundaki "termal turizm başkenti" imanı	28	6.2	90	19.9	74	16.3	127	28.0	134	29.6	3.55	1.26
İl'deki termal konaklama işletmelerinin kalite olarak gelişmesi	20	4.4	83	18.3	74	16.3	161	35.5	115	25.4	3.59	1.17
İl'deki termal konaklama işletmelerinin sayı olarak gelişmesi	22	4.9	85	15.8	69	15.2	157	34.7	120	26.5	3.59	1.20
Termal turizme olan ilginin artması	23	5.1	85	18.8	74	16.3	143	31.6	128	28.3	3.59	1.22
Termal turizm faaliyetlerine katılımın hızlı gelişmesi	37	8.2	114	25.2	53	11.7	133	29.4	116	25.6	3.39	1.32
Bölgenin rakip termal turizm bölgelerine göre gelişmiş olması	36	7.9	89	19.6	63	13.9	153	33.8	112	24.7	3.48	1.27
İlin ekonomik, sosyo-kültürel gelişmesinde termal turizmin katkısı	25	5.5	84	18.5	97	21.4	132	29.1	115	25.4	3.50	1.21
Termal turizm alanında yeni pazarlara girme potansiyelinin olması	56	12.4	109	24.1	64	14.1	104	23.0	120	26.5	3.27	1.39
Termal turizmin yılın on iki ayı yapılan bir turizm çeşidi olması	26	5.7	85	18.8	61	13.5	130	28.7	151	33.3	3.65	1.27
Termal turizmde istihdam edilebilecek dinamik bir nüfusun varlığı	24	5.3	81	17.9	98	21.6	155	34.2	95	21.0	3.48	1.16
İl'de devam eden havaalanı yatırımının olması	36	7.9	75	16.6	63	13.9	107	23.6	172	38	3.67	1.33
Termal turizmde değişen müşteri istek ve ihtiyaçları	17	3.8	93	20.5	91	20.1	147	32.5	105	23.2	3.51	1.16
Genel Aritmetik Ortalama											3.52	0.95

Tablo 21'deki sonuçlara göre, termal turizm faaliyetlerinin yılın on iki ayı yapılabilen bir turizm çeşidi olması ($\bar{X}=3.65$, s.s=1.27) Afyonkarahisar ili termal turizminin bir diğer önemli fırsatını teşkil etmektedir. İlde termal turizmin gelişim sürecinde önem taşıyan fırsat unsurlarının başlıcaları ise termal turizme olan ilginin artması ($\bar{X}=3.59$, s.s=1.22) İl'deki termal konaklama işletmelerinin sayı olarak gelişmesi ($\bar{X}=3.59$, s.s=1.20) ve yine termal konaklama işletmelerinin kalite olarak gelişmesidir ($\bar{X}=3.59$, s.s=1.17).

Tablo 21'de sunulan katılımcı görüşlerine göre Afyonkarahisar termal turizm gelişiminde diğer fırsat unsurlarına göre ez az öneme sahip fırsat unsuru termal turizm alanında yeni pazarlara girme olasılığı ($\bar{X}=3.27$ s.s=1.39) unsurdur. Bununla birlikte termal turizm faaliyetlerine katılımın hızlı gelişmesi unsuru 3.39 aritmetik ortalama ve 1.32 standart sapma ile diğer unsurlara nazaran daha az öneme sahip olan bir diğer unsuru teşkil etmektedir.

3.3.4. Afyonkarahisar İli Termal Turizmi Tehditlerine Yönelik Katılımcı Görüşlerinin Değerlendirilmesi

Afyonkarahisar ili termal turizmini tehditlerine yönelik katılımcı görüşlerinin değerlendirildiği Tablo 22 incelendiğinde, Afyonkarahisar ili termal turizmi için en önemli tehdit unsurunu termal turizmde müşterilerin artan pazarlık gücü ($\bar{X}=3.44$ s.s=1.15) oluşturmaktadır. Afyonkarahisar ili termal turizmi için bir diğer önemli tehdit unsuru ise turizm pazarına yeni termal turizm bölgelerinin girmesidir ($\bar{X}=3.43$ s.s=1.23). Anketi yanıtlayan katılımcılara göre Afyonkarahisar ili termal turizmi için tehdit niteliği taşıyan diğer önemli unsurlar ise, seyahat acentalarının artan pazarlık güçleri ($\bar{X}=3.43$ s.s=1.12), kalifiye personelin diğer turizm bölgelerine göçü ($\bar{X}=3.41$ s.s=1.16) ve imar sorunlarının termal turizm gelişimini olumsuz etkilemesidir ($\bar{X}=3.36$ s.s=1.08).

Tablo 22: Afyonkarahisar İli Termal Turizmi Tehditlerine Yönelik Katılımcı Görüşleri

Maddeler	Hiç Katılmıyorum		Az Katılıyorum		Orta Düzeyde Katılıyorum		Çok Katılıyorum		Tamamen Katılıyorum		\bar{X}	s.s.
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%		
Ekonomik dalgalanmalar	55	12.1	95	21.0	153	33.8	100	22.1	50	11.0	2.99	1.16
Gelecekte doğal kaynakların ve çevrenin tahrip olma riski	24	5.3	107	23.6	110	24.3	130	28.7	82	18.1	3.31	1.17
Karar alıcıların termal turizm alanındaki uzman görüşlerine başvuramaması	21	4.6	115	25.4	107	23.6	135	29.8	75	16.6	3.28	1.15
Yeni termal turizm bölgelerinin turizm pazarına girmesi	25	5.5	107	23.6	76	16.8	138	30.5	107	23.6	3.43	1.23
İmar sorunlarının termal turizmi olumsuz yönde etkilemesi	22	4.9	75	16.6	147	32.5	136	30.0	73	16.1	3.36	1.08
Kalifiye personelin diğer turizm bölgelerine göçü	25	5.5	89	19.6	104	23.0	145	32.0	90	19.9	3.41	1.16
Seyahat acentalarının artan pazarlık güçleri	22	4.9	82	18.1	112	24.7	153	33.8	84	18.5	3.43	1.12
Termal turizmde müşterilerin artan pazarlık güçleri	21	4.6	85	18.8	119	26.3	130	28.7	98	21.6	3.44	1.15
Genel Aritmetik Ortalama											3.33	0.84

Afyonkarahisar ili termal turizmine yönelik olarak gerçekleştirilen SWOT analizinde katılımcı görüşlerine göre ilde termal turizmin gelişiminde diğer unsurlara nazaran en az öneme sahip unsur ekonomik dalgalanmalardır ($\bar{X}=2.99$ s.s=1.16). Karar alıcıların termal turizm alanındaki uzman görüşlerine başvuramaması ($\bar{X}=3.28$

s.s=1.15) ve gelecekte doğal kaynakların ve çevrenin tahrip olma riski ($\bar{x}=3.31$ s.s=1.17) Afyonkarahisar ili termal turizmi için görece olarak daha az önemli olan diğer tehdit unsurlarıdır.

3.4. AFYONKARAHİSAR TERMAL TURİZMİ SWOT FAKTÖRLERİNE YÖNELİK KATILIMCI GÖRÜŞLERİNİN KATILIMCILARIN SOSYO-DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİNE GÖRE KARŞILAŞTIRILMASI

Bu bölümde anket verilerinin faktör analizi ile test edilmesi sonucunda tespit edilen SWOT faktörleri katılımcıların sosyo-demografik özellikleri ile karşılaştırılmıştır. Bu kapsamda ilk olarak katılımcıların cinsiyeti ile SWOT faktörlerine yönelik görüşleri karşılaştırılmış ve karşılaştırma sonuçlarına Tablo 23’de yer verilmiştir..

Tablo 23: Afyonkarahisar İli Termal Turizmi SWOT Analize Yönelik Katılımcı Görüşlerinin Cinsiyete Göre Karşılaştırılması

	Gruplar	n	\bar{x}	s.s	t	p
Güçlü yönler	Bay	309	3.47	0.84	0.860	0.931
	Bayan	144	3.46	0.84		
Zayıf yönler	Bay	309	3.31	0.81	0.634	0.527
	Bayan	144	3.26	0.84		
Fırsatlar	Bay	309	3.54	0.94	0.731	0.465
	Bayan	144	3.47	0.97		
Tehditler	Bay	309	3.30	0.84	1.127	0.260
	Bayan	144	3.39	0.85		

SWOT analizi kapsamında Afyonkarahisar ili termal turizminin güçlü yönleri, zayıf yönleri, fırsatları ve tehditlerine yönelik katılımcı görüşlerinin katılımcıların cinsiyetlerine göre karşılaştırıldığı Tablo 23 incelendiğinde SWOT kapsamındaki dört boyutta da anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir ($p>0.05$). Nitekim Afyonkarahisar ili termal turizminin güçlü yönlerine ilişkin katılımcı görüşlerinin anlamlılık düzeyinin $p=0.931$, zayıf yönlerine ilişkin katılımcı görüşlerinin anlamlılık düzeyinin $p=0.527$, fırsatlarına ilişkin katılımcı görüşlerinin anlamlılık düzeyinin $p=0.465$ ve tehditlerine ilişkin katılımcı görüşlerinin anlamlılık düzeyinin $p=0.260$ olduğu tespit edilmiştir. Söz konusu sonuçlar istatistiksel olarak

anlamlılık düzeyini ifade eden $p=0.05$ düzeyinden yüksek olduğu için gruplar arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Bu bağlamda Afyonkarahisar iline yönelik SWOT analizi katılımcı görüşleri cinsiyete göre değişim göstermemektedir. Kişisel görüşlerin oluşumunda cinsiyetin etkisinin çok az olması görüşler arasında farklılık bulunmamasının bir nedeni olarak kabul edilebilir.

Tablo 24'te katılımcıların Afyonkarahisar ili termal turizmi zayıf yönlerine ilişkin görüşlerinin medeni durumlarına göre karşılaştırılmasına ait sonuçlara yer verilmiştir.

Tablo 24: Afyonkarahisar İli Termal Turizmi SWOT Analize Yönelik Katılımcı Görüşlerinin Medeni Duruma Göre Karşılaştırılması

	Gruplar	n	\bar{x}	s.s	t	p
Güçlü yönler	Evli	268	3.51	0.80	1.367	0.172
	Bekar	185	3.40	0.89		
Zayıf yönler	Evli	268	3.32	0.80	0.971	0.332
	Bekar	185	3.25	0.84		
Fırsatlar	Evli	268	3.58	0.93	1.662	0.097
	Bekar	185	3.43	0.98		
Tehditler	Evli	268	3.37	0.81	1.472	0.142
	Bekar	185	3.26	0.88		

Tablo 24'e göre katılımcıların medeni durumları ile SWOT analizi kapsamında belirttikleri güçlü yönler ($p=0.172$), zayıf yönler ($p=0.332$), fırsatlar ($p=0.097$) ve tehditlere ($p=0.142$) yönelik görüşleri arasında $p=0.05$ anlamlılık düzeyinde anlamlı bir fark bulunmamaktadır. Bu bağlamda katılımcıların görüşleri medeni durumlarına göre değişiklik göstermemektedir. SWOT analizinde katılımcıların ailevi durumlarına yönelik unsurlarının bulunmaması nedeniyle katılımcıların görüşlerinin değişiklik göstermemesi söz konusu durumun bir açıklayıcısı olabilir.

Tablo 25'de Araştırma kapsamında katılımcıların yaş grupları ile Afyonkarahisar ili termal turizminin SWOT analizine yönelik görüşlerinin karşılaştırılmasına yönelik test sonuçları bulunmaktadır.

Tablo 25: Afyonkarahisar İli Termal Turizmi SWOT Analize Yönelik Katılımcı Görüşlerinin Yaş Gruplarına Göre Karşılaştırılması

	Gruplar	n	\bar{X}	s.s	F	p
Güçlü yönler	18-23	95	3.39	0.86	1.847	0.119
	24-29	168	3.39	0.80		
	30-35	124	3.64	0.76		
	36-41	45	3.49	0.91		
	42 ve üzeri	21	3.37	1.22		
Zayıf yönler	18-23	95	3.26a	0.80	3.237	0.012*
	24-29	168	3.27a	0.81		
	30-35	124	3.43a	0.80		
	36-41	45	3.29a	0.87		
	42 ve üzeri	21	2.76b	0.82		
Fırsatlar	18-23	95	3.35	0.95	2.333	0.055
	24-29	168	3.51	0.94		
	30-35	124	3.69	0.87		
	36-41	45	3.57	1.02		
	42 ve üzeri	21	3.22	1.26		
Tehditler	18-23	95	3.18	0.83	1.983	0.096
	24-29	168	3.32	0.82		
	30-35	124	3.46	0.84		
	36-41	45	3.42	0.87		
	42 ve üzeri	21	3.10	0.91		

* $p < 0.05$ ^{a,b,c}: farklı harfleri içeren gruplar arasındaki farklar önemlidir ($p < 0.05$)

Tablo 25'deki sonuçlara göre katılımcıların Afyonkarahisar ili termal turizmine yönelik görüşleri yaş gruplarına göre güçlü yönler ($p=0.119$), fırsatlar ($p=0.055$) ve tehditler ($p=0.096$) boyutlarında anlamlı bir farklılık göstermemekte iken, zayıf yönler ($p=0.012$) bağlamında $p=0.05$ anlamlılık düzeyinde anlamlı bir farklılık göstermektedir ($p < 0.05$).

Afyonkarahisar ili termal turizminin zayıf yönlerine ilişkin katılımcı görüşleri arasındaki farklılığın ölçümü için ise Varyans (ANOVA) analizi kapsamında Duncan testi gerçekleştirilmiştir. Duncan testi sonucunda 18-23 yaş grubu, 24-29 yaş grubu, 30-35 yaş grubu ve 36-41 yaş grubunun görüşleri arasında benzerlikler bulunmasına rağmen, 42-48 yaş grubunda buluna katılımcıların farklı görüşte olduğu tespit edilmiştir. Bu bağlamda Afyonkarahisar termal turizminin zayıf yönleri olduğunu en yüksek düzeyde belirten yaş grubu 30-35 yaş grubu ($\bar{x}=3.43$) olurken, en düşük düzeyde belirten yaş grubu 42-48 yaş grubu ($\bar{x}=2.76$) olmuştur.

Tablo 26’da Afyonkarahisar ili termal turizminin SWOT analizine yönelik katılımcı görüşlerinin eğitim düzeylerine göre karşılaştırılmasına ait Varyans (ANOVA) sonuçları yer almaktadır.

Tablo 26: Afyonkarahisar İli Termal Turizmi SWOT Analize Yönelik Katılımcı Görüşlerinin Eğitim Düzeyine Göre Karşılaştırılması

Gruplar		n	\bar{X}	s.s	F	p
Güçlü yönler	İlköğretim	83	3.51	0.86	0.812	0.518
	Ortaöğretim	236	3.50	0.83		
	Ön lisans	79	3.31	0.86		
	Lisans ve üzeri	55	3.46	0.81		
Zayıf yönler	İlköğretim	83	3.24	0.81	1.753	0.137
	Ortaöğretim	236	3.39	0.86		
	Ön lisans	79	3.14	0.75		
	Lisans ve üzeri	55	3.18	0.65		
Fırsatlar	İlköğretim	83	3.51	0.91	1.234	0.296
	Ortaöğretim	236	3.58	0.96		
	Ön lisans	79	3.32	1.01		
	Lisans ve üzeri	55	3.47	0.88		
Tehditler	İlköğretim	83	3.39	0.73	0.473	0.756
	Ortaöğretim	236	3.35	0.88		
	Ön lisans	79	3.27	0.87		
	Lisans ve üzeri	55	3.20	0.76		

Tablo 26’da yer alan sonuçlara göre katılımcıların Afyonkarahisar termal turizminin SWOT analizine yönelik güçlü yönler, zayıf yönler, fırsatlar ve tehditlere ilişkin görüşleri eğitim düzeylerine $p=0.05$ anlamlılık düzeyinde anlamlı bir farklılık göstermemektedir ($p>0.05$)

Afyonkarahisar ili termal turizmi SWOT analizine yönelik katılımcı görüşlerinin katılımcıların sosyo-demografik özellikleri ile karşılaştırılmasında son olarak katılımcı görüşlerinin çalışılan departmanlara göre farklılık gösterip göstermediği test edilmiştir. Bu kapsamda gerçekleştirilen Varyans (ANOVA) sonuçları ise Tablo 27’de yer almaktadır.

Tablo 27: Afyonkarahisar İli Termal Turizmi SWOT Analize Yönelik Katılımcı Görüşlerinin Çalışılan Departmana Göre Karşılaştırılması

Gruplar	n	\bar{X}	s.s	F	p	
Güçlü yönler	Ön Büro	46	3.08a	0.91	3.311	0.000***
	Kat Hizmetleri	81	3.56b	0.89		
	Mutfak	51	3.71b	0.73		
	Restaurant-Bar	106	3.33c	0.77		
	Muhasebe	18	3.53b	0.90		
	Pazarlama / Halkla İlişkiler	25	3.54b	0.59		
	Teknik Servis	37	3.29c	0.90		
	Animasyon	21	3.68d	0.68		
	Termal Merkez	16	3.33c	0.94		
	Kür Merkezi	34	3.92e	0.81		
	Güvenlik	18	3.35c	0.85		
	Zayıf yönler	Ön Büro	46	2.96		
Kat Hizmetleri		81	3.42	0.91		
Mutfak		51	3.41	0.73		
Restaurant-Bar		106	3.36	0.78		
Muhasebe		18	3.27	0.87		
Pazarlama / Halkla İlişkiler		25	3.38	0.72		
Teknik Servis		37	3.09	0.74		
Animasyon		21	3.26	0.68		
Termal Merkez		16	3.28	0.88		
Kür Merkezi		34	3.25	0.94		
Güvenlik		18	3.29	0.78		
Fırsatlar		Ön Büro	46	3.06a	1.034	4.058
	Kat Hizmetleri	81	3.59b	0.99		
	Mutfak	51	3.84cd	0.83		
	Restaurant-Bar	106	3.35b	0.89		
	Muhasebe	18	3.52b	1.12		
	Pazarlama / Halkla İlişkiler	25	3.74c	0.71		
	Teknik Servis	37	3.12a	0.97		
	Animasyon	21	3.78c	0.71		
	Termal Merkez	16	3.51b	0.99		
	Kür Merkezi	34	3.97d	0.92		
	Güvenlik	18	3.77c	0.91		
	Tehditler	Ön Büro	46	2.83a	0.93	
Kat Hizmetleri		81	3.49b	0.91		
Mutfak		51	3.51b	0.76		
Restaurant-Bar		106	3.26c	0.83		
Muhasebe		18	3.33c	0.93		
Pazarlama / Halkla İlişkiler		25	3.33c	0.58		
Teknik Servis		37	3.10ac	0.71		
Animasyon		21	3.40b	0.67		
Termal Merkez		16	3.45b	0.90		
Kür Merkezi		34	3.56b	0.79		
Güvenlik		18	3.57b	0.78		

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$ a.b.c.d.e: farklı harfleri içeren gruplar arasındaki farklar önemlidir ($p < 0.05$)

Tablo 27'deki sonuçlara göre Afyonkarahisar ili termal turizminin güçlü yönleri, fırsatları ve tehditlerine yönelik katılımcı görüşleri çalıştıkları departmanlara göre istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık gösterirken ($p<0.05$), zayıf yönlerine yönelik görüşleri çalıştıkları departmana göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir ($p>0.05$).

Varyans sonuçlarına göre istatistiksel açıdan anlamlı farklılık gözlenen boyutlarda farklılığın kaynağını tespit etmek için ise Duncan testi gerçekleştirilmiştir. Duncan testi sonuçlarına göre Afyonkarahisar termal turizminin güçlü yönleri faktörüne ilişkin katılımcı görüşleri 5 grupta farklılaşmıştır. Buna göre Afyonkarahisar termal turizmi güçlü yönlerine ilişkin olumlu görüşler kür merkezi departmanında en yüksek düzeydedir ($\bar{x}=3.92$). Afyonkarahisar termal turizmi güçlü yönlerine ilişkin olarak diğer departmanlara nazaran daha az olumlu görüş belirten departman ise ön büro departmanıdır ($\bar{x}=3.08$). Bu noktada kür merkezi çalışanlarının değerlendirmede termal vurgusunu ön planda tutması ve kür merkezi birimlerinin termal turizmde anahtar rol oynaması bu birimde çalışan personelin güçlü yönleri öne çıkarmasında etkili olan unsurlar olarak görülebilir.

Duncan testi sonuçlarına göre departmanlar bağlamında katılımcı görüşlerinin farklılık arz ettiği bir diğer SWOT faktörü fırsatlardır. Afyonkarahisar ili termal turizminin fırsatlarına yönelik en olumlu katılımcı görüşleri kür merkezi ($\bar{x}=3.97$) ve mutfak ($\bar{x}=3.84$) departmanlarında çalışanlar tarafından ifade edilmiştir. Ön büro ($\bar{x}=3.06$) ve teknik servis ($\bar{x}=3.12$) departmanında çalışan katılımcıların Afyonkarahisar ili termal turizmi fırsatlarına ilişkin görüşleri ise en olumsuz düzeydedir. Diğer yandan kür merkezi, mutfak, animasyon ve güvenlik departmanında çalışan katılımcılar diğer departmanlara nazaran Afyonkarahisar termal turizminin fırsatlar bakımından daha avantajlı olduğunu düşünmektedirler.

Afyonkarahisar ili termal turizminin SWOT analizine yönelik katılımcı görüşlerinin çalışılan departmanlara göre anlamlı farklılık arz ettiği bir diğer boyut tehditler faktörüdür. Nitekim farklılıkların tespiti amacıyla gerçekleştirilen Duncan testi sonuçlarına göre güvenlik ($\bar{x}=3.57$) ve kür merkezi ($\bar{x}=3.56$) departmanında görevli katılımcılar Afyonkarahisar ili termal turizminin tehditleri olduğunu en yüksek düzeyde belirten gruptur. Afyonkarahisar ili termal turizminin tehditleri olduğunu en

az düzeyde belirten katılımcı grubu ise ön büro ($\bar{x}=2.83$) ve teknik servis ($\bar{x}=3.10$) departmanında çalışanlardır.

Araştırma kapsamında ankete cevap veren katılımcıların Afyonkarahisar termal turizminin SWOT analizine yönelik görüşlerinin bazı demografik özelliklerine ve çalıştıkları departmanlara göre karşılaştığı analiz sonuçları değerlendirildiğinde:

- Zayıf yönlerin tespitinde katılımcıların yaş gruplarına göre farklı görüşler olduğu
- Güçlü yönler, fırsatlar ve tehditlerin tespitinde çalışılan departmana göre farklı görüşler olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

Sonuçlar doğrultusunda Afyonkahisar ili SWOT analizine yönelik gerçekleştirilecek sonraki çalışmalarda özellikle termal otel işletmelerinde çalışan personele yer verilmesi ve departmanlar arası görüş farklılıklarının daha detaylı incelenmesi gereği ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla, bu alanda gerçekleştirilecek araştırmalarda elde edilen bulguların mevcut araştırma ile karşılaştırılarak, var ise farklılıkların gelecekte araştırılması gerekmektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Afyonkarahisar ili termal turizminin SWOT analizi ile değerlendirildiği bu çalışmada temel olarak Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan termal turizm işletme belgeli otellerde çalışan personelden Afyonkarahisar termal turizminin güçlü yönleri, zayıf yönleri, fırsatları ve tehditlerine ilişkin görüşlerini belirtmeleri istenmiştir. Katılımcı pozisyonundaki çalışanlardan elde edilen veriler ışığında istatistiksel analizler yapılarak ilgili literatür, sektör temsilcileri, turizmle ilgili kurumların yöneticileri ve genel olarak Afyonkarahisar halkı için önemli sonuçlara ulaşılmıştır.

Araştırmanın önemli bulgularının başında Afyonkarahisar ili termal turizmi için SWOT analizi faktörlerinin belirlenmesi gelmektedir. Katılımcılardan elde edilen bilgiler ışığında Afyonkarahisar ili için SWOT faktörleri tespit edilmiş ve her bir SWOT faktörü için en önemli olan 6 madde değerlendirmeye alınmıştır. Değerlendirme sonucunda Afyonkarahisar ili SWOT faktörleri aşağıdaki şekilde sıralanmaktadır.

a) Afyonkarahisar İli Termal Turizminin Güçlü Yönleri

- ❖ İl'in var olan termal turizm imajı
- ❖ İl'de sağlık turizmine uygun zengin doğal kaynakların varlığı
- ❖ Termal turizm alanında İl'in son yıllarda popülaritesinin artması
- ❖ İlin coğrafi konumu ve pazara/pazarlara yakınlık
- ❖ Devam eden termal turizm yatırımları
- ❖ İl insanının konukseverliği

b) Afyonkarahisar İli Termal Turizminin Zayıf Yönleri

- ❖ Termal turizmde kamu teşviklerinden yeterince yararlanamama
- ❖ İl'deki seyahat acentalarının misyonlarını yeterince gerçekleştirememeleri
- ❖ Termal turizmde yaşanan finansman sorunları
- ❖ Turizm bilincinin yeterince gelişmemesi
- ❖ İl'deki kamu ve yerel yönetimlerin termal turizmin gelişimi açısından yeterli katkı sağlayamaması /istekli olmaması.
- ❖ Kurumlar arasında eşgüdümde görülen eksiklikler

c) Afyonkarahisar İli Termal Turizminin Fırsatları

- ❖ İl’de devam eden havaalanı yatırımının olması
- ❖ Termal turizmin yılın on iki ayı yapılan bir turizm çeşidi olması
- ❖ Termal turizme olan ilginin artması
- ❖ İl’deki termal konaklama işletmelerinin sayı olarak gelişmesi
- ❖ İl’deki termal konaklama işletmelerinin kalite olarak gelişmesi
- ❖ İl’in kamuoyundaki “termal turizm başkenti” imajı

d) Afyonkarahisar İli Termal Turizminin Tehditleri

- ❖ Termal turizmde müşterilerin artan pazarlık güçleri
- ❖ Yeni termal turizm bölgelerinin turizm pazarına girmesi
- ❖ Seyahat acentalarının artan pazarlık güçleri
- ❖ Kalifiye personelin diğer turizm bölgelerine göçü
- ❖ İmar sorunlarının termal turizmi olumsuz yönde etkilemesi
- ❖ Gelecekte doğal kaynakların ve çevrenin tahrip olma riski

Afyonkarahisar ili SWOT analizi sonuçlarına göre Afyonkarahisar ilinde termal turizmin sürdürülebilir kılınması ve Afyonkarahisar ilinin termal turizmde önemli bir destinasyon haline gelmesi için öncelikle termal turizm alanındaki zayıf yönlerinin iyileştirilmesi gerekmektedir.

Afyonkarahisar ili termal turizm alanındaki zayıf yönlerinin iyileştirilmesi kapsamında en önemli zayıf yön olarak belirtilen teşviklerden yeterince yararlanamama sorununun çözümü için öncelikle termal turizm alanında yatırım yapmayı düşünen girişimcilere bölgedeki ilgili kurum ve kuruluşlar tarafından bilgilendirici toplantılar yapılabilir. Diğer yandan mevcut tesislerin teşviklerden yararlanma düzeylerinin yükseltilebilmesi için bürokratik sürecin kısaltılması ve teşvik koşullarının daha cazip hale getirilmesi sunulabilecek bir diğer çözümdür.

Afyonkarahisar ilinde termal turizmde yaşanan finansman sıkıntılarının çözümü amacıyla prosedürlerin kısaltılması, ticari bankaların daha cazip olanaklar sunmasının sağlanması veya temel amacı termal turizm alanında finansman hizmetleri olan kuruluşların yatırımcılarına orta ve uzun vadede etkin kredi kullanımı konusunda koşullar sağlanmalıdır.

Afyonkarahisar ili termal turizmine yönelik bir diğer zayıf yön olan İl'deki seyahat acentalarının misyonlarını yeterince gerçekleştirememeleri konusunda ise öncelikle Afyonkarahisar'da yatırım yapabilecek şahıslara teşvikler sağlanarak İl'de tur operatörü düzeyinde A Grubu işletme belgesine sahip birkaç seyahat acentası daha açılabilir. Alternatif olarak Türkiye'de ve Avrupa'da faaliyet gösteren büyük tur operatörleri ve seyahat acentalarının Afyonkarahisar'da şube açması yönünde lobicilik faaliyetleri gerçekleştirilebilir. Ayrıca otel işletmeleri ile mevcut seyahat acentaları arasında etkin iletişim sağlanmalıdır.

Zayıf yönlerin iyileştirilmesi kapsamında ele alınabilecek diğer çözümler ise kurumlar arasında eşgüdüm sorunlarının çözümü için dışarıdan profesyonel firmalara görev verilmesi, kamu kurum ve kuruluşlarının termal turizm gelişim stratejisi içerisinde katılımcı kimlik kazandırılarak aktif rol almasının sağlanması (bu amaçla kamu-özel sektör ortaklığıyla işletmeler kurulabilir) ve yerel halka termal turizmin getirilerinin ve gelecek dönemde kazanacağı öneminin etkin şekilde anlatılarak termal turizm bilincinin oluşması sağlanmalıdır.

Katılımcı görüşleri doğrultusunda Afyonkarahisar ili termal turizmi için tehdit olarak değerlendirilen hususlar bölgenin geleceği için üzerinde önemle durulması gereken bir diğer hususu teşkil etmektedir. Bu kapsamda öncelikle katılımcı görüşleri doğrultusunda en önemli tehdit unsuru olarak görülen müşterilerin artan pazarlık gücü konusunda çözüm stratejileri geliştirilmelidir. Bu amaçla termal otel işletmelerinde hizmet konseptlerinin geliştirilerek çeşitlendirilmesi, bölgedeki otel işletmelerinin bir araya gelerek ortak fiyat uygulamasına geçmesi, seyahat acentaları ve konaklama işletmelerinin termal için talep yaratma aşamasında ortak hareket etmeleri gibi stratejiler oluşturulmalıdır.

Afyonkarahisar ili termal turizmi için bir diğer önemli tehdit unsurunu oluşturan yeni termal turizm bölgelerinin pazara girmesi konusunda ise öncelikle İl'in sahip olduğu "termal turizmin başkenti" imajı sürekli olarak tanım ve pazarlamada kullanılarak güçlendirilmelidir. Diğer yandan pazara yeni giren termal turizm bölgelerine yönelik ayrıntılı SWOT analizleri gerçekleştirilerek rakip konumundaki bu bölgelerin zayıf yönleri birer fırsat haline dönüştürülmelidir.

Rakiplerin analizi sonucunda elde edilecek fırsatlar ise pazarlamada etkin ve agresif olarak kullanılmalıdır.

Afyonkarahisar ili SWOT analizi sonuçlarına göre bir tehdit unsuru olan seyahat acentalarının pazarlık güçlerinin artması konusunda ise konaklama işletmelerinin ortak hareket ederek seyahat acentalarına karşı güçlü konuma gelmeleri gerekmektedir. Bu kapsamda gerektiği takdirde konaklama işletmeleri kendi seyahat acentalarını oluşturarak tek elden pazarlama ve tanıtım faaliyetleri gerçekleştirmelidirler.

Tehditlerin önlenmesi kapsamında kalifiye personelin diğer bölgelere göçünün önlenmesi için ise termal turizm işletmelerinin ücret politikalarında iyileştirmeler yapması, personel motivasyonu konusu üzerine eğilmeleri, İl'deki turizm alanında eğitim veren ortaöğretim ve yükseköğretim kurumları ile koordinasyon sağlamaları, bu kurumlardan personel istihdamına yönelmeleri ve son olarak işletmelerin personele kendi bünyelerinde konaklama imkanı sunmaları gerekmektedir.

Gelecekte doğal kaynakların ve çevreni tahrip olma riskine önlem olarak termal turizm işletmeleri ve turizm alanındaki resmi kurumlar sürdürülebilir turizm politikaları geliştirmelidirler. Bu kapsamda ilk olarak yerel yönetimler bölgeye ilişkin fiziki ve psikolojik taşıma kapasitesini belirlemeli ve söz konusu kapasitenin aşılmasına izin vermemelidir. Diğer yandan bölgede termal suların kaçak kullanımının önüne geçilmeli ve termal suyun kullanımından sonra doğaya re-enjeksiyonu sağlanmalıdır. Ayrıca İl'de ısınma amaçlı ve seracılık amaçlı su kullanımının sınırları belirlenerek gerekli önlemler alınmalıdır. Doğal kaynakların ve çevrenin tahrip olma riskine karşı bölgedeki yatırımlarda çevresel etki değerlendirme raporu zorunluluk haline getirilmelidir.

Afyonkarahisar ili termal turizminin geliştirilmesi ve gelecekte önemli bir destinasyon haline gelebilmesi için SWOT analizinde tespit edilen fırsatlardan en yüksek düzeyde yararlanılması gerekmektedir. Bu amaçla bölge için en önemli fırsat niteliğini taşıyan uluslararası havaalanı yatırımının bitiş tarihine göre yurtdışı pazarlama faaliyetlerine en kısa sürede başlanmalı ve ön sözleşmeler yapılmalıdır. Diğer yanda havaalanından bölgeye ulaşım alt yapısı geliştirilerek hızlı tren projeleri

mümkün olan en kısa sürede gerçek kılınmalıdır. Diğer yandan bölgedeki işletmelerin kalite ve sayı olarak gelişiminin devamı için daha önce de belirtildiği üzere teşviklerden yararlanma koşulları iyileştirilmelidir.

Yukarıdaki açıklamalardan da görüleceği üzere Afyonkarahisar ili termal turizminin sürdürülebilir gelişimi için gerek kamu gerekse sivil tüm taraflara önemli görevler düşmektedir. Bu aşamada ilk olarak yerel halk termal turizmin bölgedeki gelişim trendi ve geleceğe yönelik stratejiler konusunda bilgilendirilmeli ve geleceğe yönelik planlamalarda aktif katılımı sağlanmalıdır. İl'de bulunan üniversite ise bölgenin ulusal ve uluslararası termal turizm potansiyelini detaylı araştırmalarla ortaya koymalı, ayrıca bölgedeki işletmelere nitelikli personel yetiştirilmesi konusunda aktif rol almalıdır. Afyonkarahisar ili termal turizminin sürdürülebilir gelişimi için kamu kurumları arasında eşgüdüm sağlanması ve kamu kurumlarının ortak stratejiler ile birlikte hareket etmesi de oldukça önemlidir. Afyonkarahisar ili termal turizminin sürdürülebilir gelişiminde izlenebilecek bir diğer strateji ise bölgedeki turizm yönetim kurumlarının Denizli, Kütahya ve Eskişehir'de bulunan turizm yönetim kurumları ile ortak tanıtım ve pazarlama stratejileri izleyerek bölgede bir marka destinasyon yaratma stratejisidir. Bu kapsamda turizm yönetim kurumları ve özel sektör temsilcilerinin en kısa sürede bir araya gelmesi ve bu bağlamda bölgesel birlikteliğin sağlanması gerekmektedir. Bununla birlikte Afyonkarahisar ili termal turizmine yönelik daha detaylı ve güncel çalışmalar gerçekleştirilerek sektör temsilcileri ve kamu kurumları ile paylaşılmalıdır.

KAYNAKÇA

- Afyonkarahisar İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2011_a). *Gazlıgöl Termal Turizm Merkezi*. 13.04.2011. <http://www.afyonkulturturizm.gov.tr/belge/1-59252/gazligol-termal-turizm-merkezi.html>
- Afyonkarahisar İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2011_b). *Hüdai Termal Turizm Merkezi*. 13.04.2011. <http://www.afyonkulturturizm.gov.tr/belge/1-59253/hudai-termal-turizm-merkezi.html>.
- Aksu, R. (2009). *Ayaş (Ankara) Kaplıcalarının Termal Turizm Açısından Değerlendirilmesi*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar.
- Aktan, C. C. (2003). *Değişim Çağında Yönetim*. İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Alam, M., Furukawa, Y. ve Akter, S. (2010) Forest-Based Tourism in Bangladesh: Status, Problems and Prospects. *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, 5 (1), 163-172.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., ve Yıldırım, E. (2010). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı*. Geliştirilmiş (6. Baskı), Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Anemon Otel Afyon (2011). *Konaklama, Spa&Wellness*. 13.04.2011. <http://www.anemonhotels.com/AnemonAfyon/Sayfalar/Odalar.aspx>, http://www.anemonhotels.com/AIA_Spa_Wellness/SanitasSpa/Sayfalar/AnemonAfyonSpaWellness.aspx.
- Arıbal P. (2008). *Sağlık Turizmi*. I.Uluslararası Medikal Turizm Zirvesi, Antalya. 06.04.2011. <http://www.turizmhaberleri.com/haberayrinti.asp?ID=9962>.
- Aslan, Z. (1996). *Ege Bölgesine Yönelik Termal Turizm Talebinin Analizi ve Termal Turizm İşletme Modeli*, (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 1996.
- Atar, N. (2011). *Hindistan Sağlık Turizminde Her Yıl Yüzde 30 Büyüyor!*, 06.04.2011. <http://www.turizmhaberleri.com/haberayrinti.asp?ID=9962>

- Avcıkurt C. ve Çeken, H. (1998). *Dünyada ve Türkiye’de Sağlık Turizmi ve Geliştirilmesi*, Turizm Geliştirme ve Eğitim Vakfı Turizmde Seçme Makaleler: 30, İstanbul: Turizm Geliştirme ve Eğitim Vakfı Yayını No: 47.
- Avderen, S. (2011). *İÇ Anadolu Bölgesi’ndeki Kaplıca ve Termal Tesislerin Türk Sağlık Turizmi İçindeki Yeri*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Niğde Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Niğde.
- Aydın Termal (2011). *Türkiye Termal/Kaplıca Haritası*, 13.04.2011 http://www.aydintermal.org/wp-content/uploads/termal_kaplica_haritasi.jpg.
- Aygen, M. S. (1979) *Afyonkarahisar Kaplıcaları ve Maden Suları*, 2. Baskı, Afyon: Türkeli Yayınları.
- Babu, S. R. ve Subramoniam, S. (2009). Strategies for Developing Ecotourism in Kerala. *International Journal of Global Business*, 2 (2), 215–234.
- Bastem, S. (1997). *Termal Turizmi ve Erzurum’un Termal Turizm Potansiyeli*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Bayer, E. (1997). *Türk Termal Turizm Potansiyeli ile Tesisleri ve Bir Uygulama*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Belkayalı, N. (2009). *Yalova Termal Kaplıcalarının Rekreatif ve Turizm Amaçlı Kullanımının Ekonomik Değerinin Belirlenmesi*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Bender, T. (2007). “*Thermal Tourism in Hungary*”. Pamukkale Termal Tedavi ve Turizm Sempozyumu, Denizli.
- Blythe, J. (2005). *Essentials of Marketing* (3rd Edition). Essex: Pearson Education Limited.
- Bowie, D. ve Buttle, F. (2004). *Hospitality Marketing: An Introduction*. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Burt, B. and Price, P., (2001). *100 Best Spas of the World*, Guilford: The GlobePequot Press.

- Cocean, P. (1999). *Geografia Turismului*, Edit. Focul Viu, Cluj Napoca.
- Collins-Kreiner, N. ve Wall, G. (2007). Evaluating Tourism Potential: A SWOT Analysis of The Western Negew, Israel. *Tourism Review*, 55 (1), 51–63.
- Crecente, M. (2011). Proposed Conclusions: Thermalism. *International Congress on Thermal Tourism*. Spain. 06.04.2011. <http://www.congresoturismoterma.com/en/CONCLUSIONES%20CITT%20english.pdf>.
- Curtis, P., Mylonakis, J. ve Ktenidis, T. (2007). Tourism Product Differentiation Strategy In The Zante Island Based on Thematic Routes and The Use of Information Communication Technology. *Tourism and Hospitality Management*, 13 (3), 547-556.
- Çelik, S. (2009). *Afyonkarahisar'da Uluslararası Termal Turizm Destinasyonu Oluşturma Potansiyelinin Analizi*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar.
- Çevirgen, A. (1996). *Termal Kür Merkezlerinin Rekreatif Amaçlı Gelişimi ve Örnek Bir Uygulama*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Dal, F. (2007). *The Reasons and Suggested Solutions of Underdevelopment of Thermal Tourism in Turkey*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İzmir İleri Teknoloji Enstitüsü Mühendislik ve Fen Bilimleri Enstitüsü, İzmir.
- Dinçer, Ö. (1998). *Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası*. (5. Baskı), İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.
- Dinu, M., Zbucnea, A. ve Cioacă, A. (2010). Health Tourism In Romania: Main Features and Trends, *Journal of Tourism Challenges and Trends*, 3 (2), 9-34.
- Doğaner, S. (2001). *Türkiye Turizm Coğrafyası*, (3. Baskı), Konya: Çizgi Kitabevi.
- Doswell, R. (2002). *Tourism: How Effective Management Makes The Difference. Digital Printing*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Durgun, A. (2007). Isparta Turizminin SWOT Analizi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3 (5), 93-109.

- Dünder Termal. (2011). Dünder Termal. 13.04.2011. <http://www.dundertermal.com>
- Emir, O. (2011). *Turizmde SWOT Analizi (Afyonkarahisar Örneği)*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Erhan, Ş. M. (2010). *Türkiye’de Termal Turizmin Gelişimi, Termal Turizm Tesislerinin Tasarım Kriterleri (Afyonkarahisar İli Örneği Üzerinden İncelenmesi)*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Este Spa (2011). *Aromaterapi Masajı*. 18.02.2011. http://www.estespa.com/aromaterapi_masaj.asp.
- Gazlıgöltermal (2011). *Gazlıgöl Termal Tarihçesi*. 13.04.2011. <http://www.gazligoltermal.com/tarihce.htm>
- Georgiev, G. ve Vasileva, M. (2010). Some Problems Related to the Definitions of Balneo, SPA and Wellness Tourism. *Tourism and Hospitality Management Conference Proceedings*, 902-909.
- Gökçe, F. (2006). *Yerel Destinasyonlarda Turizm Potansiyelinin Belirlenmesinde SWOT (FÜTZ) Analizi Tekniği: Giresun Örneği*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Hatay.
- Heybeli Termal (2011). *Bolvadin ve Heybeli Termal Kaplıcalarının Tarihçesi*. 14.03.2011. http://www.heybelitermal.com/1_Bolvadin-ve-Heybeli-Termal-Kaplıcalarının-Tarihçesi.html.
- <http://www.czechtourism.com/holiday/Relaxation-holiday.aspx>, 07.03.2011.
- Hutchison, T., Macy, A. ve Allen, P. (2010). *Record Label Marketing* (2nd Edition). Oxford: Focal Press.
- International SPA Association (2009). *ISPA Releases 2009 U.S. Spa Industry Statistics*. 04.02.2011. <http://www.experienceispa.com/articles/index.cfm?action=view&articleID=190>
- International SPA Association (2011). *Definition of SPA*. 24.01.2011. <http://www.experienceispa.com/spa-goers/>

- İkbal Termal Otel (2011). *Odalar, Termal /SPA*. 14.03.2011. <http://www.ikbal.com.tr/TR/Odalar.aspx>, <http://www.ikbal.com.tr/TR/SPA.aspx>.
- İtalya Turizm Bakanlığı (2011). *Well-being and Health*, 14.01.2011. <http://www.italia.it/en/travel-ideas/well-being-and-health.html>
- Japonya Ulusal Turizm Örgütü (2011). *Japan's Famous Hot Springs*. 08.03.2011. http://www.jnto.go.jp/eng/arrange/attractions/amusement/onsen/onsen_p1.html
- Karagülle, Z. (2010). *Kaplıca Tıbbında Tanımlar*. 06.10.2010. <http://www.spa-turkey.com/spa-makale.asp?id=1>
- Kaynar, B. (2005). *Termal Turizm İşletmelerinde Faaliyete Dayalı Maliyetleme Sistemi ve Afyon İlinde Bir Uygulama*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar.
- Keegan, W., Moriarty, S. ve Duncan, T. (1992). *Marketing*. New Jersey: Prentice-Hall Inc.
- Kelly, I. (2006). *Peace Through Tourism: A SWOT Analysis*. IIPT Occasional Paper, 2, 1-17.
- Kırkbir, F. (2007). *Türkiye’de Termal Turizm Pazarlamasında Müşteri Sadakatine Yönelik Yapısal Bir Model Önerisi*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Trabzon.
- Korel Termal (2011). *Kurumsal, SPA Aktiviteleri/Termal Suyun İyi Geldiği Hastalıklar*. 13.04.2011. <http://www.korelthermal.com/korel.htm>, http://www.korelthermal.com/spa_termalsu.htm.
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management*, Millennium Edition. New Jersey: Pearson Education Company.
- Kotler, P., Armstrong, G., Saunders, J. ve Wong V. (1999). *Principles of Marketing* (2nd Edition). New Jersey: Prentice Hall Europe.
- Kozak, N., Kozak, M. A. ve Kozak, M. (2008). *Genel Turizm: İlkeler-Kavramlar*. (5. Baskı), Ankara: Detay Yayıncılık.

- Kozak, N. (2010). *Turizm Pazarlaması*. (3. Baskı), Ankara: Detay Yayıncılık.
- Külekçi, Ö. C. (2009). *Çankırı Çavundur Termal Kaynaklarının Yörenin Turizm Potansiyeli Kapsamında Değerlendirilmesi*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2007). *Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Eylem Planı 2007-2013*. Ankara: T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2011_a). *Genel Tanımlar*, 12.01.2011 <http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr/belge/1-43566/genel-tanimlar.html>.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2011_b). *Talassoterapi – Deniz Kürleri*. 12.01.2011. <http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr/belge/1-44596/talassoterapi---deniz-kurleri.html>.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2011_c). *Termal Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesi*. 12.01.2011. <http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr/belge/1-44852/termal-turizm-tesislerinin-belegelendirilmesi.html>.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2011_d). *Türkiye’de Termal Turizm*, 12.01.2011. <http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr/belge/1-44101/turkiyede-termal-turizm-tesislerinin-belegelendirilmesi.html>
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2011_e). *İllere Göre Termal Turizm*. 12.01.2011 www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr/belge/1-43485/illere-gore-termal-turizm.html
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2011_f). *Termal Turizm İşletme Belgeli Tesisler*. 12.01.2011 <http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr/belge/1-44592/termal-turizm-isletme-belgeli-tesisler.html>.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2011_g). *Kaplıca İşletme Ruhsatı Alan Tesisler*. 12.01.2011 <http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr/belge/1-43281/termal-turizm.html>
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2011_h). *İşletme Belgeli Konaklama Tesislerine Giriş ve Geceleme Sayıları*. 13.04.2011 <http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr/belge/1-63775/isletme-belgeli-tesisler.html>

- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2011_i). *İllere Göre Termal Turizm, Afyonkarahisar*. 13.04.2011 <http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr/belge/1-43501/afyonkarahisar.html>
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2011_j). *Gazlıgöl Kaplıcaları Genel Bilgiler*. 13.04.2011 <http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr/belge/1-44095/genel-bilgiler.html>
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2011_k). *Bolvadin Heybeli Kaplıcaları Genel Bilgiler*. 13.04.2011. <http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr/belge/1-44054/genel-bilgiler.html>
- Kültür ve Turizm Bakanlığı, (2011_l). *Sandıklı Kaplıcaları Genel Bilgiler* 13.04.2011. <http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr/belge/1-43503/genel-bilgiler.html>
- Kültür ve Turizm Bakanlığı, (2011_m). *Ömer-Gecek Kaplıcaları Genel Bilgiler* 13.04.2011. <http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr/belge/1-43509/genel-bilgiler.html>
- Kültür ve Turizm Bakanlığı, (2011_n). *Türkiye Turizm Stratejisi 2023, Eylem Planı 2007-2013*. 13.04.2011 <http://www.kultur.gov.tr/TR/dosya/1-70089/h/ttstratejisi2023.pdf>
- Lee, C. ve King, B. E. (2008). Using The Delphi Method to Assess The Potential of Taiwan's Hot Springs Tourism Sector. *International Journal of Tourism Research*, 10, 341-352.
- Leigh, D. (2006). *SWOT Analysis*. Bölüm 47, From: Pershning, J. A. (2006). *Handbook of Human Performance Technology*. San Francisco: John Wiley & Sons, Inc.
- Mason, J. B. ve Ezell, H. F. (1993). *Marketing Management*. New York: Macmillan Publishing Company.
- McDowall, S. ve Wang, Y. (2009). An Analysis of International Tourism Development in Thailand: 1994-2007. *Asia Journal of Tourism Research*. 14 (4), 351-370.
- Middleton, V. T. C. ve Clarke, J. (2001). *Marketing in Travel and Tourism* (3rd Edition). Oxford: Butterworth-Heinemann.

- Mucuk, İ. (1997). *Pazarlama İlkeleri*. (7. Baskı), İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Narayan, P. K. (2000). Fiji's Tourism Industry: A SWOT Analysis. *The Journal of Tourism Studies*, 11 (2), 15–24.
- Oruçoğlu Termal (2011). *Otel Hakkında, Fizik Tedavi /Rehabilitasyon, Termal Suyun Faydaları*. 13.04.2011. <http://www.orucoglu.com.tr/OtelHakkinda.asp>, <http://www.orucoglu.com.tr/FizikTedaviRehabilitasyon.asp>, <http://www.orucoglu.com.tr/TermalSuyunFaydalari.asp>.
- Ömer Termal (2011). *Tesisimiz, Termal SPA*. 13.04.2011. <http://www.omerthermal.com.tr/>.
- Özbek, T. (1991). Dünya'da ve Türkiye' de Termal Turizmin Önemi. *Turizm Çevre ve Kültür Dergisi*, 2, 17-18.
- Özbey, S. (1979). *Şifalı Sularımız Kaplıcalar ve İçmeler Rehberi "Ilıca ve İçmelerin Fiziksel Özellikleri"*, Ankara: Yurt Haber Ajansı Yayınları.
- Özdemir, T. (2001). *Afyon İli Termal Turizm Potansiyeli*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar.
- Özdilek, Ç. (2000). *Termal Turizmin Değerlendirilmesinde Sportif Faaliyetlerin Yeri ve Önemi "Kütahya İli Örneği"* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.
- Öztürk, Y. ve Yazıcıoğlu, İ. (2002). Gelişmekte Olan Ülkeler İçin Alternatif Turizm Faaliyetleri Üzerine Teorik Bir Çalışma. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2, 183-195.
- Pardey, D. (2007). *Superseries, Marketing for Managers* (5th Edition). Oxford: Pergamon Flexible Learning.
- Perry, R. C. ve Bacon, D. W. (2007). *Commercializing Great Products With Design for Six Sigma*. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Phu-ngamdee, S. (2010). Central Thailand Wat Tourism: Strategy for Tourism Promotion of Bangkok Mass Transit Authority (BMTA). *European Journal of Social Sciences*, 13 (4), 633-642.

- Piri, T. (2009). *Sağlık ve Termal Turizmi*, 17.02.2011. www.izmir-dikili.bel.tr/yukle/indir.asp?id=13.
- Proje Yönetim A.Ş. (2006). Pamukkale Termal Kür Merkezi Projesi. İstanbul.
- Radnic, R. A., Gracan, D. ve Fister, M. (2009). Repositioning of Thermal SPA Tourism of North-West Croatia in Accordance With The European Thermal SPA Tourism Trends. *Tourism and Hospitality Management*, 15 (1), 73-84.
- Refik Saydam Merkez Hıfzıssıhha Müdürlüğü (1948). Afyon Kaplıcaları Kaplıca Suyu Analiz Raporu, İstanbul.
- Sandıkçı, M. (2008). *Termal Turizm İşletmelerinde Sağlık Beklentileri ve Müşteri Memnuniyeti*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar.
- Sandıklı Hüdayi Kaplıcaları (2011). *Kaplıcamızın İyi Geldiği Hastalıklar*. 13.04.2011. <http://hudai.sandikli.bel.tr/?s=kaplıcalar>
- Sandıklı Termal Park Otel (2011). *Odalarımız, SPA&Wellness*. 13.04.2011. <http://www.sandikliparkhotel.com/saglik-hizmetleri-spa-wellness.html>
- Sanner, B. (2000) Baden-Baden: A Famous Thermal Spa with a Long History. *Geo-Heat Center*. 21 (2), 16.
- Stanciu, A.F., Pargaru, I., Teodorescu, N., Mazilu, M. ve Stanciu, M. (2009). SWOT Analysis – Marketing Tool for Regional Development of A Sustainable Development of Tourism. *Metalurgia International*, 14 (8), 33-38.
- Subramoniam, S., Al-Essai, S. A. N., Al-Marashadi, A. A. M. ve Al Kindi, A. M. (2010). SWOT Analysis on Oman Tourism: A Case Study. *Journal of Economic Development, IT, Finance and Marketing*. 2 (2), 1–22.
- Şahin K. ve Yılmaz A. (2009). Samsun İlinde Doğal Kaynaklara Dayalı Turizm Arzı ve Planlaması. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2 (7), 218-231.
- Tek, Ö. B. (1997). *Pazarlama İlkeleri, Türkiye Uygulamaları: Global Yönetimsel Yaklaşım* (Genişletilmiş ve Geliştirilmiş 7. Baskı). İstanbul: Cem Ofset Matbaacılık Sanayi AŞ.

- Terzioğlu, H. S. (2009). *Türkiye’de Termal Turizm ve Nevşehir-Kozaklı Kaplıcası İncelemesi*, 4. Sınıf Dönem Projesi, Başkent Üniversitesi Turizm ve otelcilik Bölümü, Nevşehir.
- Tokol, T. (1994). *Pazarlama Yönetimi*. (5. Basım). Bursa: Uludağ Üniversitesi Basımevi.
- Torlak, Ö. ve Altunışık, R. (2009). *Pazarlama Stratejileri Yönetmel Bir Yaklaşım*. İstanbul: Beta basım Yayım Dağıtım A.Ş.
- Toy, S., Çatakçı, S., Eymirli, E. B. ve Karapınar M. (2010). *Erzurum Termal Turizm Potansiyeli*. Kuzeydoğu Anadolu Kalkınma Ajansı Turizm Raporları No:3, Erzurum.
- Tuncay, A. (2006). Görüşme, Yeni Termal Otel Genel Müdürü, Afyonkarahisar. 12 Temmuz 2006.
- Tunç, A. ve Saç, F. (1998). *Genel Turizm: Gelişimi ve Geleceği*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Türkiye Jeotermal Derneği (2010). *Termal Turizm (Termalizm, Kaplıca Amaçlı Kullanım*. 17.08.2010. <http://www.jeotermaldernegi.org.tr/termal%20i.htm>
- Unutmaz, G. (1994). *Kaplıca Turizmi*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Uygun, H. (2008). *Konya İlinin Termal Turizm Potansiyeli*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Ülgen, H. ve Mirze, K. S. (2005). *İşletmelerde Stratejik Yönetim*. (5. Baskı), İstanbul: Beta Basım Yayın Dağıtım A.Ş.
- Ülker, İ. (1988). *Türkiye’de Sağlık Turizmi ve Kaplıca Planlanması*, Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.
- Ülker, İ. (1994). *Sağlık Turizmi, Kaynaklar, Planlanma, Tanıtım*, Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.
- Weichrich, H. (1982). The TOWS Matrix–A Tool for Situational Analysis. *Long Range Planning*, 15 (2), 54-66.

- Weichrich, H. (1999). Analyzing The Competitive Advantages and Disadvantages of Germany the TOWS Matrix–An Alternative to Porter’s Model. *European Business Review*, 1–18.
- Wickramashinghe, V. ve Takano, S. (2009). Application of Combined SWOT and Analytic Hierarchy Process (AHP) for Tourism Revival Strategic Marketing Planning: A Case of Sri Lanka Tourism. *Journal of Eastern Asia Society for Transportation Studies*. 8.
- World Tourism Organization. (2011). *UNWTO World Tourism Barometer*. 15.10.2011. <http://media.unwto.org/en/press-release/2011-09-07/healthy-growth-international-tourism-first-half-2011>
- Yıldırım, Ö. (2008). *Termal Turizm İşletmelerinde Müşteri Sadakati ve Bir Araştırma*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Yücel C. (2003). *SPA Turizminde Büyük Olanaklar*. TÜRSAB Ar-Ge Departmanı 23.11.2010. www.tursab.org.tr/dosya/1019/03eyspa_1019_1740531.pdf
- Yükselen C. (1994). *Temel Pazarlama Bilgileri*. Genişletilmiş (2. Baskı). Ankara: Adım Yayıncılık.

EKLER

EK-1: Termal Turizm Açısından Afyonkarahisar İlinin SWOT Analizi İle Değerlendirilmesine Yönelik “TÜRKÇE” anket formu.

Sayın Katılımcı,

Bu anket formu “**Termal Turizm Açısından Afyonkarahisar İlinin SWOT Analizi İle Değerlendirilmesi**” konulu yüksek lisans çalışmasına veri toplamak üzere geliştirilmiştir. Çalışma kapsamında elde edilecek bilgiler tamamen bilimsel amaçla kullanılacak olup herhangi bir yerde yayınlanmayacaktır. Değerli zamanınızı ayırdığınız için teşekkür eder, saygılar sunarım.

Ünal ÖZGEN

Afyon Kocatepe Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü

Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı

I.BÖLÜM

1. Cinsiyetiniz: Bay Bayan

2. Medeni Haliniz Evli Bekâr

3. Yaşınız:

4. Çalıştığınız departman:

5. Eğitim durumunuz:

İlköğretim Ortaöğretim Önlisans Lisans Yüksek Lisans/Doktora

II. BÖLÜM

	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Fikrim yok	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Afyonkarahisar’da termal turizmin mevcut durumunu şekillendiren ve geleceğini belirleyecek temel unsurlar hakkındaki aşağıdaki yargıların Afyonkarahisar’da termal turizmini etkileme düzeyine katılma durumunuzu ilgili seçeneğin karşısındaki alana (x) işareti koyarak belirtiniz. Lütfen her soru için tek bir seçenek işaretleyiniz.					
Termal turizm alanında yeni pazarlara girme potansiyelinin olması	1	2	3	4	5
Termal turizm faaliyetlerine katılımın hızlı gelişmesi	1	2	3	4	5
Bölgenin rakip termal turizm bölgelerine göre gelişmiş olması	1	2	3	4	5
İl’in kamuoyundaki “termal turizm başkenti” imajı	1	2	3	4	5
Termal turizme olan ilginin artması	1	2	3	4	5
İl’deki termal konaklama işletmelerinin kalite olarak gelişmesi	1	2	3	4	5
İl’deki termal konaklama işletmelerinin sayı olarak gelişmesi	1	2	3	4	5
İlin ekonomik, sosyo-kültürel gelişmesinde termal turizmin katkısı	1	2	3	4	5
Termal turizmde istihdam edilebilecek dinamik bir nüfusun varlığı	1	2	3	4	5
Termal turizmin yılın on iki ayı yapılan bir turizm olması	1	2	3	4	5

Afyonkarahisar’da termal turizmin mevcut durumunu şekillendiren ve geleceğini belirleyecek temel unsurlar hakkındaki aşağıdaki yargıların Afyonkarahisar’da termal turizmini etkileme düzeyine katılma durumunuzu ilgili seçeneğin karşısındaki alana (x) işareti koyarak belirtiniz. Lütfen her soru için tek bir seçenek işaretleyiniz.	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Fikrim yok	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Ekonomik dalgalanmalar	1	2	3	4	5
Gelecekte doğal kaynakların ve çevrenin tahrip olma riski	1	2	3	4	5
Karar alıcıların termal turizm alanındaki uzman görüşlerine başvurmaması	1	2	3	4	5
Yeni termal turizm bölgelerinin turizm pazarına girmesi	1	2	3	4	5
Termal turizmde değişen müşteri istek ve ihtiyaçları	1	2	3	4	5
Termal turizmde müşterilerin artan pazarlık güçleri	1	2	3	4	5
Seyahat acentalarının artan pazarlık güçleri	1	2	3	4	5
İmar sorunlarının termal turizmi olumsuz yönde etkilemesi	1	2	3	4	5
Kalifiye personelin diğer turizm bölgelerine göçü	1	2	3	4	5
İl’de üniversitenin olması	1	2	3	4	5
Gelişen dünya turizmi ve Türkiye’nin AB adaylığı	1	2	3	4	5
Devam eden termal turizm yatırımları	1	2	3	4	5
Termal turizm alanında İl’in son yıllarda popülaritesinin artması	1	2	3	4	5
İl’de sağlık turizmine uygun zengin doğal kaynakların varlığı	1	2	3	4	5
İl’in var olan termal turizm imajı	1	2	3	4	5
Turizmi yönlendirecek kalifiye işgücünün varlığı	1	2	3	4	5
İlin coğrafi konumu ve pazara/pazarlara yakınlık	1	2	3	4	5
İl insanının konukseverliği	1	2	3	4	5
İl’de yapılan festival ve çeşitli aktivitelerin termal turizme katkı sağlaması	1	2	3	4	5
Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın turizmi bütün yıla yayma politikalarının İl’in termal turizmine katkı sağlaması	1	2	3	4	5
Kentin termal turizm imajının zayıflığı	1	2	3	4	5
Termal turizme yönelik pazarlama ve tanıtım faaliyetlerinin yetersizliği	1	2	3	4	5
Termal turizme yönelik stratejik planlamanın olmayışı	1	2	3	4	5
İl’e ait turizm kalkınma (master) planlamasının olmaması	1	2	3	4	5
Kurumlar arasında eşgüdümde görülen eksiklikler	1	2	3	4	5
Bürokratik engeller	1	2	3	4	5
Pazarlama kaynak ve kanallarının yetersizliği	1	2	3	4	5
Turizm bilincinin yeterince gelişmemesi	1	2	3	4	5
Termal turizmde kamu teşviklerinden yeterince yararlanamama	1	2	3	4	5
Termal turizmde yaşanan finansman sorunları	1	2	3	4	5
Termal turizme yönelik hizmet kalitesinin yetersizliği	1	2	3	4	5
Konaklama işletmelerinin doluluk oranlarının düşük olması	1	2	3	4	5
İlin alt yapısının termal turizm için yeterli olmaması	1	2	3	4	5
İlin üst yapısının termal turizm için yeterli olmaması	1	2	3	4	5
İl’deki seyahat acentalarının misyonlarını yeterince gerçekleştirememeleri	1	2	3	4	5
Turistik yerlerdeki temizlik ve hijyen sorunları	1	2	3	4	5
İl’deki kamu ve yerel yönetimlerin termal turizmin gelişimi açısından yeterli katkı sağlayamaması /istekli olmaması.	1	2	3	4	5
İl’de devam eden havaalanı yatırımının olması	1	2	3	4	5