



TERMAL TURİZMDE YERLİ TURİSTLERİN SEYAHAT MOTİFLERİ VE HİZMET BEKLENTİLERİ*

Nurettin AYZAZ**, Hasan DAĞ***

ÖZET

Termal turizm, son dönemlerde ulusal ve uluslararası turistler düzeyinde sağlık ve tedavi başta olmak üzere rahatlama, kaçış ve dinlenme gibi nedenlerle talep edilen bir turizm çeşidi olarak değerini artırmaktadır. Bu anlamda termal turizm destinasyonlarının rekabet gücünü artırma ve turistlerin destinasyonlara tekrar ziyaretini sağlama adına bilimsel araştırmalar önem kazanmaktadır. Bu çalışmada, termal turizme katılma amacıyla seyahate çıkan yerli turistlerin seyahat motifleri ve termal tesis hizmet beklentilerinin ortaya çıkarılması ve arasındaki ilişkinin test edilmesi amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda Haymana Kaplıcaları'na ziyaret gerçekleştiren 408 yerli turiste, Eylül 2016-Ocak 2017 döneminde veri toplamak amacıyla anket uygulanmıştır. Anket verilerinin analizi kapsamında yerli turistlerin seyahat motifleri; sağlık (N=4,45), rahatlama (N=4,46), kaçış (N=4,16) ve prestij ve eğlence (N=2,28), öncelik sırasında şekillenmiştir. Termal tesis hizmet beklentileri ise termal tesislerde kullanım alanlarının ve verilen araç gereçlerin temizliği, suyun sıcaklık derecesi ve kalitesi, çalışan personelin nitelikli olması, hizmet sunan personelin hijyen kurallarına uyması, sunulan hizmet kalitesi, termal tesisin sakinliği, tesislerde sağlık personeli bulundurulması, kaplıca suyuyla ilgili ayrıntılı bilgi verilmesi ve tesislerde dinlenme salonlarının bulunması özelinde gerçekleşmiştir. Ayrıca termal turistlerin seyahat motifleri ile termal tesis hizmet beklentisi ilişkisine yönelik gerçekleştirilen Korelasyon Analizi kapsamında düşük düzeyde pozitif yönlü anlamlı bir ilişki ($r=0,298$; $p=0,000$) tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Termal turizm, yerli turist, seyahat motifi, hizmet beklentisi.

TRAVEL MOTIVES AND SERVICE EXPECTATIONS OF DOMESTIC TOURISTS IN THERMAL TOURISM

ABSTRACT

Recently thermal tourism has increased its value as a type of tourism that is demanded for reasons such as relaxation, escape and rest, especially health and treatment at national and international tourists level. In this sense, scientific research gains importance in order to increase the competitive power of thermal tourism destinations and to make tourists return to destinations again. In this study, it is aimed to reveal the travel motives and the thermal facility service expectations of the domestic tourists traveling to participate in the thermal tourism and to test the relationship between them. For this purpose, 408 local tourists who visited Haymana Springs were surveyed in order to collect data during September 2016-January 2017 period. As a result of the analysis of the survey data, travel motives of domestic tourists are listed as health ($n=4,45$), relaxation ($n=4.46$), escape ($n=4,16$) and prestige and entertainment ($n=2,28$). Thermal facility service expectations identified were; cleanliness of areas and supplied equipment in thermal facilities, quality and temperature of water, compliance with hygiene rules of service personnel, quality of the service provided, serenity of thermal facility, availability of health personnel in facilities, detailed information about spa water and availability of resting rooms on premises. In addition, as a result of the Correlation Analysis, a low positive correlation ($r=0,298$; $p=0,000$) identified between travel motives and thermal facility service expectations of thermal tourists.

Key Words: Thermal tourism, domestic tourist, travel motive, service expectation,

* Bu çalışma, 18. Ulusal Turizm Kongresinde sözel bildiri olarak sunulmuştur.

** Karabük Üniversitesi, Safranbolu Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, nurettinayaz@karabuk.edu.tr

*** Karabük Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, hasan.dag06@gmail.com

GİRİŞ

Yerel ekonomilere girdi ve dinamizm kazandırma, kadın istihdamını artırma, yerel halkta girişimcilik ruhunu geliştirme, bölgelerarası gelişmişlik farklarını azaltmada potansiyel sektörlerden biri olan turizme ilgi artmaktadır (Ayaz, 2012: 1). Türkiye ölçeğinde doğal, kültürel, tarihi ve coğrafi değerleri koruma-kullanma dengesi içerisinde değerlendirme ve turizm alternatifleri geliştirerek turizmden alacağı payı artırma birincil öncelik olarak gösterilmekte ve turizm türlerinin çeşitlendirilmesi kapsamında kış turizmi, golf turizmi, deniz turizmi, eko-turizm ve yayla turizmi, kongre ve fuar turizmi, sağlık ve termal turizm geliştirilmesi önerilmektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007).

Bir destinasyonda turizmin gelişim aracı olabilmesi için turizmi bir rahatlama ve eğlence tecrübesi olarak gören, ruhsal ve fiziksel rahatlama peşinde koşan turistlerin (Goeldnar vd., 2000) istek ve beklentilerinin öğrenilmesi gerekir. Bu bağlamda bir destinasyonu ziyaret eden turistlerin ulaşım, konaklama, yiyecek ve içecek, eğlence ve diğer gereksinimleri konusunda seyahat motiflerinin (kendi başına konuya özellik kazandıran öğelerin-bedenin ardındaki fikirler) rahatlama, keşfetme, inceleme ve öğrenme yönüyle belirlenmesi gerekmektedir.

Alternatif turizmin bir çeşidi olarak termal turizm, gün geçtikçe yükselen bir değer olmakta ve mevcut kapasitesini artırmaktadır. Bu anlamda Almanya, İtalya, Fransa, Avusturya, Macaristan ve Türkiye dünyada en çok ziyaret edilen termal turizm destinasyonları olarak öne çıkmaktadırlar (Rodnic vd., 2009: 74). Bununla birlikte bu ülkelerin destinasyonlarına ziyaret gerçekleştiren termal turistlerin nitelikli hizmet beklentileri de artmaktadır. Kaliteli konaklama, yeme-içme, eğlence, spor ve tetkik-tedavi hizmet beklentileri için termal tesislerin sayıca göreceli artışı ve iyi işletilmesi ile termal turizm ekonomide bir değer oluşturabilir.

Bu araştırmada dünyanın en iyi termal suları arasında gösterilen ve Ankara ilinde bulunan Haymana Kaplıcalarını (44.5°C su sıcaklığı, kaynak akım değeri 4.8 lt/sn ve Ph değeri 6.8 olarak hesaplanan ve banyo ve içme şeklinde romatizma, fiziksel, solunum, cilt, böbrek ve kadın hastalıkları için önerilen önemli bir termal merkez) ziyaret eden yerli turistler perspektifinden termal turizm ziyaretçilerinin seyahat motifleri ve termal tesis hizmet

beklentilerinin ortaya çıkarılması ve bu turistlere yönelik bir anlayış geliştirilmesi amaçlanmaktadır.

LİTERATÜR ARAŞTIRMASI

Turizm literatürü için “turist” temel kavramlardan bir tanesidir. Bu kavram, ilk zamanlarda araştırma, keşif, politika, ticaret ve din gibi ciddi motivasyonlarla ilişkilendirilirmiş; modern zamanla birlikte “zevk için seyahat eden kişi” anlamında kullanılmaya başlamıştır. Bununla birlikte "sürekli yaşadığı yerin dışına 12 aylık süreyi aşmamak koşulu ile seyahat gerçekleştiren ve değişik aktivitelere katılan kişiler" olarak gösterilen turistler için belirleyici dört kriter şu şekilde ifade edilmektedir (Jafari, 2000: 590):

- Ülke içine, ülke dışına veya her ikisine birden yolculuk gerçekleştiren kişiler,
- Minimum veya maksimum düzeyde bir gezi süresine sahip olan kişiler,
- Minimum veya maksimum düzeyde bir seyahat mesafesi olan kişiler,
- Turist olduğuna dair belirleyici davranışlar sergileyen kişiler.

Turistlerin seyahat öncesi, seyahat sırasında ve seyahatleri sonrasındaki tutumları ile ilişkili olan seyahat davranışı; turizm ürünlerini talep eden ziyaretçilerin sayısını artırma, pazarlama ve ürün planlaması yönüyle öne çıkarılması ve irdelenmesi gereken bir kavramdır. Özellikle seyahat öncesi seyahat davranışlarının ayrılmaz bir parçasını oluşturan insanları yeni yerlere götüren ve onları yeni yerleri ziyaret etmeye motive eden seyahat motiflerinin öğrenilmesi önemli bir gerekliliktir (Vuuen ve Slabbert, 2011). Motif kelimesi kendi başına konuya özellik kazandıran öğeler (<http://tdk.gov.tr>) ve bedeninin ardındaki fikirler olarak tanımlanmakta ve seyahat tanımıyla birleşince "turistlerin seyahate çıkmasındaki özel sebeplerin neler olduğunu ve bu seyahat beklentilerinin neleri kapsadığını" yönündedir (GDFHTS-R, 2010: 40).

Seyahat endüstrisindeki yöneticiler, müşterilerin karar verme sürecini neyin etkilediğini ve müşterilerin kararlarını nasıl aldığını bilmek için kişinin ihtiyaçlarını ve isteklerini yansıtan ve kişinin satın alma kararlarıyla bağlantılı kritik bir değişken olan seyahat motiflerini bilmelidirler (Chang, 2007: 157).

Din, eğitim, mesleki ticaret ile birlikte keşif ve macera, uzun yıllar süresince seyahat sebeplerinin önemli belirleyici unsurları

olmuştur. Bununla birlikte modern sanayileşme ile insanları seyahat etmeye yönelten seyahat motifleri konusunda çok sayıda gruplandırma, sınıflandırma ve sıralamaya rastlanabilmekte, seyahat motifleri; fiziksel, kişilerarası, statü-prestij ve kültürel motivatörler ile ilişkilendirilebilmektedir (Toskay, 1989; İncekara, 1996).

Sağlık turizmi kapsamında ziyaretçilerine termal mineralli sular vasıtasıyla iyileşme ve gevşeme fırsatı veren hizmetler, termal turizm kapsamında değerlendirilmekte (Taskov vd., 2015: 7) ve alternatif turizmin bir çeşidi olarak öne çıkartılmaktadır (Pongrác ve Laczko, 2008; Rodnic vd., 2009; Boekstein, 2014; Özdemir, 2015). Özellikle yılın 12 ayında gerçekleştirilebilme ve maliyet açısından doğal kaynağa bağlı olma avantajı ile termal turizm, alternatif turizm türleri arasında gelişmeye en müsait olan bir turizm çeşidi olarak gösterilmektedir (Sarılışık, 1994).

Bu çalışmada termal turizm kapsamında seyahate çıkan yerli turistlerin seyahat motifleri ve hizmet beklentilerinin belirlenmesi ve seyahat motifleri ile beklentileri arasındaki ilişkinin ortaya çıkarılması amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda araştırma için problem cümlesi "termal turizm kapsamında seyahate çıkan yerli turistlerin seyahat motifleri ile beklentileri arasında anlamlı bir ilişkinin bulunup bulunmadığının belirlenmesi" şeklinde öngörülmuş, araştırma hipotezleri şu şekilde belirlenmiştir:

H₁: Termal turizmde prestij-eğlence seyahat motifi ile tesis hizmet beklentisi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₂: Termal turizmde kaçış seyahat motifi ile tesis hizmet beklentisi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₃: Termal turizmde rahatlama seyahat motifi ile tesis hizmet beklentisi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₄: Termal turizmde sağlık seyahat motifi ile tesis hizmet beklentisi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₅: Termal turizmde seyahat motifleri ile tesis hizmet beklentisi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

YÖNTEM

Bu araştırma, olay ve olgulara ilişkin durumun içinde bulunduğu koşullarda tanımlanmasını (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2011: 37) öngören

tarama model üzerine kurulu betimsel ve nicel yöntemlerin bir arada kullanıldığı bir çalışmadır. Termal turizme katılan yerli ziyaretçilerin seyahat motifleri ile seyahat beklentileri arasında bir ilişkinin bulunup bulunmadığının ortaya çıkarılması kapsamında seyahat motifleri (prestij-eğlence, kaçış, rahatlama, sağlık) bağımsız değişken, termal tesis hizmet beklentisi bağımlı değişken olarak kabul edilmiştir.

Araştırmanın ana kütlelerini son yıllarda termal turizm sektörü kapsamında gittikçe artan bir öneme sahip olan Haymana ilçesindeki termal tesisleri ziyaret eden termal turistler oluştururken, örneklemini ise Haymana'da termal turizme hizmet sunmakta olan belediyeye ait Merkez, Saray ve Medrese Kaplıcaları ile Özel Çağ Tesisleri, Cimcime Termal Otel, Termal Ürofiz Hotel, Midas Termal Hotel, Saraçoğlu Hotel ve Ravza Hotel gibi termal otel işletmelerine ziyaret gerçekleştiren yerli turistler oluşturmuştur. Çalışmada kolayda örneklem yöntemi benimsenmiştir.

Araştırma kapsamında verilerin toplanmasında Dimitrovski ve Todorovic (2015) çalışmasından yararlanarak akademisyen görüşü ile geliştirilen anket kullanılmıştır. Anketin birinci bölümünde demografik bilgilere ilişkin ifadeler, ikinci bölümünde termal turizm tercih ölçeğine yönelik 25 ifade (1: Katılmıyorum, 2: Az katılıyorum, 3: Kısmen katılıyorum, 4: Katılıyorum, 5: Tamamen katılıyorum) ve üçüncü bölümde ise termal tesis hizmet beklentilerine yönelik 20 ifadeye (1: Önemli değil, 2: Az önemli, 3: Biraz önemli, 4: Önemli, 5: Çok önemli) yer verilmiştir.

BULGULAR ve TARTIŞMA

Katılımcıların demografik özellikler açısından tanımlayıcı bilgilerinde; cinsiyet yönünden erkekler (%53,9), medeni durum yönünden evliler (%66,4), yaş yönünden 20-35 yaş arası (%28,9), eğitim durumu yönünden ortaöğretim (%42,9), meslek yönünden emekli olanlar (%23,8) ve gelir durumu yönünden 2001-3000 TL kazananlar (%37,0) yerli turistler öne çıkmıştır. Katılımcıların diğer özellikleri kapsamında ise tesiste konakladığı gün sayısı açısından 1 hafta (%44,4), tesisi ziyaret eden kişi sayısı yönünden 2 kişi (%49,3), tesisi tekrar ziyaret etme düşüncesi yönünden evet cevabını veren (%93,9) ve tesisi başkalarına tavsiye etme düşüncesi yönünde evet cevabını veren (%94,6) gruplar öne çıkmıştır.

Termal turizm faaliyetlerine katılan yerli turistlerin seyahat motiflerine yönelik faktör analizi sonucunda dört boyut (prestij-eğlence, kaçış, rahatlama, sağlık) ortaya çıkmış, 15 yargıya ait 4 faktör için KMO katsayısı 0,83,

Bartlett Küresellik Testi anlamlılık düzeyi; $p=0,000$, varyans açıklama oranı; 74,630 ve toplam güvenilirlik katsayısı; 0,90 olarak belirlenmiştir (Tablo 1).

Tablo 1: Yerli Turistlerin Termal Turizme Katılım Motiflerine Yönelik Faktör Analizi

| Faktör | N | σ | Faktör Yüğü | α | Varyans Açıklama (%) |
|---|-------------|-------------|-------------|--------------|----------------------|
| Prestij-Eğlence | 2,28 | 1,32 | | 0,887 | 26,607 |
| Haymana kaplıcalarını moda olduğu için tercih ettim. | 2,03 | 1,47 | 0,888 | 0,891 | |
| Haymana kaplıcalarını macera yaşamak için tercih ettim. | 2,27 | 1,51 | 0,857 | 0,891 | |
| Haymana kaplıcalarını zarif görünmek için tercih ettim. | 2,23 | 1,56 | 0,846 | 0,889 | |
| Haymana kaplıcalarını gençleşmek için tercih ettim. | 2,28 | 1,54 | 0,819 | 0,898 | |
| Haymana kaplıcalarını arkadaşlarımla eğlenmek için tercih ettim. | 2,58 | 1,65 | 0,792 | 0,894 | |
| Kaçış | 4,16 | 1,03 | | 0,890 | 20,255 |
| Haymana kaplıcalarını günlük rutin yaşamımdan uzaklaşmak için tercih ettim. | 4,19 | 1,25 | 0,871 | 0,893 | |
| Haymana kaplıcalarını stresimi azaltmak için tercih ettim. | 4,35 | 1,07 | 0,861 | 0,893 | |
| Haymana kaplıcalarını iş yoğunluğumdan uzaklaşmak için tercih ettim | 4,06 | 1,35 | 0,859 | 0,897 | |
| Haymana kaplıcalarını sakinleşmek için tercih ettim. | 4,02 | 1,16 | 0,581 | 0,890 | |
| Rahatlama | 4,46 | 0,80 | | 0,893 | 15,931 |
| Haymana kaplıcalarını ruhen kendimi iyi hissetmek için tercih ettim. | 4,44 | 0,93 | 0,840 | 0,894 | |
| Haymana kaplıcalarını kendimi dinlendirmek için tercih ettim. | 4,37 | 1,11 | 0,764 | 0,897 | |
| Haymana kaplıcalarını fiziksel olarak rahatlamak için tercih ettim. | 4,56 | 0,86 | 0,714 | 0,896 | |
| Sağlık | 4,45 | 0,85 | | 0,898 | 11,837 |
| Haymana kaplıcalarını tedavi olabilmek için tercih ettim. | 4,45 | 1,02 | 0,847 | 0,900 | |
| Haymana kaplıcalarını kendimi sağlıklı hissetmek için tercih ettim. | 4,44 | 0,98 | 0,744 | 0,899 | |
| Toplam Cronbach Alpha/Varyans Açıklama (%) | | | | 0,905 | 74,630 |

KMO Örneklem Ölçüm Yeterliliği: **0,834**

Bartlett Küresellik Testi (Chi-Square / df / Sig: **3365,957 / 91 / 0,000**)

Termal turizm faaliyetlerine katılan yerli turistlerin beklentilerine yönelik gerçekleştirilen faktör analizinde tek boyut ortaya çıkmıştır. Bu boyuta ilişkin aritmetik ortalama, standart sapma ve varyans açıklama oranları Tablo 2'de

sunulmaktadır. Beklenti boyutuna ait 12 ifadeye ait 4 faktörün KMO katsayısı 0,93, Bartlett Küresellik Testi anlamlılık düzeyi; $p=0,000$, varyans açıklama oranı; 61,908 ve toplam güvenilirlik katsayısı; 0,93 olarak belirlenmiştir.

Tablo 2: Yerli Turistlerin Termal Tesislerden Beklentilerine Yönelik Faktör Analizi

| Faktör | N | σ | Faktör Yüğü | α | Varyans Açıklama (%) |
|---|-------------|-------------|-------------|--------------|----------------------|
| Beklenti | 3,83 | 0,69 | | | 61,908 |
| Termal tesislerde verilen araç gereçlerin (havlu, peştamal, terlik vb.) temizliği benim için önemlidir. | 4,84 | 0,51 | 0,865 | 0,923 | |
| Termal tesislerde suyun sıcaklık derecesi benim için önemlidir. | 4,69 | 0,67 | 0,832 | 0,922 | |
| Termal tesislerde hizmet sunan personelin hijyen kurallarına uyması benim için önemlidir. | 4,82 | 0,54 | 0,824 | 0,924 | |
| Termal tesislerde sunulan hizmet kalitesi benim için önemlidir. | 4,75 | 0,64 | 0,822 | 0,924 | |
| Termal tesislerde sağlık personeli bulunmasını benim için önemlidir. | 4,72 | 0,70 | 0,808 | 0,923 | |
| Termal tesislerde kullanım alanlarının temizliği benim için önemlidir. | 4,78 | 0,54 | 0,801 | 0,925 | |
| Termal tesislerde bulunan tuvalet, lavabo ve duş alanlarının temizliği benim için önemlidir. | 4,80 | 0,58 | 0,773 | 0,926 | |
| Termal tesislerde çalışan personelin nitelikli olması benim için önemlidir. | 4,65 | 0,78 | 0,769 | 0,925 | |
| Termal tesislerde sakinlik benim için önemlidir. | 4,64 | 0,79 | 0,748 | 0,926 | |
| Termal tesislerde kaplıca suyuyla ilgili ayrıntılı bilgi verilmesi benim için önemlidir. | 4,67 | 0,68 | 0,746 | 0,926 | |
| Termal tesislerde su kalitesi (Suyunun başka bir suyla karıştırılmamış olması) benim için önemlidir. | 4,82 | 0,52 | 0,733 | 0,927 | |
| Termal tesislerde dinlenme salonlarının bulunması benim için önemlidir. | 4,65 | 0,73 | 0,705 | 0,928 | |
| Toplam Cronbach Alpha/Varyans Açıklama (%) | | | | 0,936 | 61,908 |

KMO Örneklem Ölçüm Yeterliliği: **0,934**

Bartlett Küresellik Testi (Chi-Square / df / Sig: **3675,308/ 66/0,000**)

Termal turizm kapsamında Haymana Kaplıcalarını ziyaret eden yerli turistlerin seyahat motifleri ve termal tesis hizmet beklentileri ilişkisinin ortaya çıkarılmasında Korelasyon Analizi öngörülmüştür. Araştırmada öngörülen hipotezlerin test edilmesi ve seyahat motifleri ve termal tesis hizmet beklentisi ilişkisinin ortaya çıkarılması bağlamında gerçekleştirilen Korelasyon Analizi sonuçları Tablo 3'te gösterilen biçimde belirlenmiştir.

Tablo 3'te yer verilen termal turistlerin seyahat motifleri ve termal tesis hizmet beklentileri ilişkisine yönelik Korelasyon Analizi sonuçlarına göre;

Termal turistlerin prestij-eğlence seyahat motifi ve termal tesis hizmet beklentileri arasında "p" değeri ($p=0,389$; $p>0,001$) 0,001 anlamlılık düzeyinde anlamlı çıkmadığı için araştırmada önerilen H1 hipotezi kabul edilmemiştir.

Termal turistlerin kaçış seyahat motifi ve termal tesis hizmet beklentileri arasında "r" değeri; 0,255 ($0,00<r<0,29$) ve "p" değeri; 0,000 ($p=0,000$; $p<0,001$) olduğu için düşük düzeyde pozitif yönlü doğrusal ilişkinin varlığından söz etmek mümkündür. Bu ilişki kapsamında araştırma için önerilen H₂ hipotezi KABUL edilmiştir.

Tablo 3: Yerli Turistlerin Seyahat Motifleri ve Termal Tesis Hizmet Beklentisi İlişkinine Yönelik Korelasyon Analizi (n=408)

| Temel Değişkenler Boyutlar | | A | B | C | D | E | F |
|------------------------------------|---|---------|---------|---------|---------|---------|---|
| SEYAHAT MOTİFLERİ (A) | r | 1 | | | | | |
| | p | | | | | | |
| TERMAL TESİS HİZMET BEKLENTİSİ (B) | r | 0,298** | 1 | | | | |
| | p | 0,000 | | | | | |
| Prestij-Eğlence (C) | r | 0,688** | 0,043 | 1 | | | |
| | p | 0,000 | 0,389 | | | | |
| Kaçış (D) | r | 0,765** | 0,255** | 0,301** | 1 | | |
| | p | 0,000 | 0,000 | 0,000 | | | |
| Rahatlama (E) | r | 0,716** | 0,321** | 0,272** | 0,479** | 1 | |
| | p | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | | |
| Sağlık (F) | r | 0,586** | 0,292** | 0,068 | 0,361** | 0,384** | 1 |
| | p | 0,000 | 0,000 | 0,168 | 0,000 | 0,000 | |

**($p < 0,001$)

Termal turistlerin rahatlama seyahat motifi ve termal tesis hizmet beklentileri arasında "r" değeri; 0,321 ($0,30 < r < 0,69$) ve "p" değeri; 0,000 ($p = 0,000$; $p < 0,001$) olduğu için orta düzeyde pozitif yönlü, doğrusal bir ilişkinin varlığından söz etmek mümkündür. Bu ilişki kapsamında araştırma için önerilen H_3 hipotezi KABUL edilmiştir.

Termal turistlerin sağlık seyahat motifi ve termal tesis hizmet beklentileri arasında "r" değeri; 0,292 ($0,00 < r < 0,29$) ve "p" değeri; 0,000 ($p = 0,000$; $p < 0,001$) olduğu için düşük düzeyde pozitif yönlü doğrusal ilişkinin varlığından söz etmek mümkündür. Bu ilişki kapsamında araştırma için önerilen H_4 hipotezi KABUL edilmiştir.

Termal turistlerin seyahat motifleri ve termal tesis hizmet beklentileri arasında "r" değeri; 0,298 ($0,00 < r < 0,29$) ve "p" değeri; 0,000 ($p = 0,000$; $p < 0,001$) olduğu için pozitif yönlü düşük düzeyde doğrusal ilişkinin varlığı söz konusudur. Bu ilişki kapsamında araştırma için önerilen H_5 hipotezi KABUL edilmiştir. Ayrıca termal turistlerin seyahat motiflerinin artması halinde %29,8 oranında termal tesis hizmet beklentilerinin de artacağı söylenebilir.

5. SONUÇ ve ÖNERİLER

Bu çalışmada termal turizm çekim merkezlerine ziyaret gerçekleştiren yerli turistlerin tüketici davranışı kapsamında seyahat öncesi motifleri ve termal tesislerden hizmet beklentilerinin ortaya

çıkarması amaçlanmıştır. Termal turizme katılım gösteren yerli turistlerin seyahat motifleri ile termal tesis hizmet beklentilerinin neler olduğunun öğrenilmesi; turist memnuniyeti, tekrar ziyaret etme ve başkalarına tavsiye etme düşüncesi açısından önemli bir gerekliliktir. Ayrıca, termal turistlerin farklı kişilik özellikleri ve her geçen gün artarak değişen beklentilerini öğrenme, hizmet kalitesini artırma adına önemlidir.

Bu araştırmanın sonuçları göstermiştir ki yerli turistlerin seyahat motifleri; sağlık, rahatlama, kaçış ve prestij-eğlence önceliğinde olup, termal tesis hizmet beklentileri ise termal tesislerde kullanım alanlarının ve verilen araç gereçlerin temizliği, suyun sıcaklık derecesi ve kalitesi, çalışan personelin nitelikli olması, hizmet sunan personelin hijyen kurallarına uyması, sunulan hizmet kalitesi, termal tesisin sakinliği, tesislerde sağlık personeli bulundurulması, kaplıca suyuyla ilgili ayrıntılı bilgi verilmesi ve tesislerde dinlenme salonlarının bulunması yönündedir. Termal turizm amaçlı seyahat gerçekleştiren yerli turistlerin seyahat motifleri ile termal tesis hizmet beklentileri arasında pozitif yönlü bir ilişki bulunmaktadır.

Bu sonuçlar kapsamında termal turizm işletmeleri, müşterileri için kaliteli hizmet sunma adına müşterilerinin seyahat motiflerini dikkate almalı ve bu motifler düzeyinde bireysel veya destinasyon düzeyinde farkındalık çalışmalarına yönelmelidirler. Özellikle bilgi düzeylerini

artırma adına merkezi ve yerel yönetimlerle, sivil toplum kuruluşları, bağlı buldukları mesleki örgütler ve turizm eğitim kurumları ile koordineli çalışabilirler. Bununla birlikte yerli turistlerin seyahat motifleri ve termal tesis hizmet beklentileri özelinde termal turizm için şu öneriler geliştirilebilir:

- Termal tesislerde görev üstlenmekte olan yöneticiler ve aklar yerli turistlerin seyahat motifleri ve hizmet beklentileri konusunda bilgilendirilebilir. Bu amaç doğrultusunda bilgilendirme el kitabı hazırlanabilir.
- Belediyeler başta olmak üzere yerel düzeydeki yetkililer için termal turistlerin seyahat motifleri ve beklentilerine yönelik seminer, kurs vb. faaliyetlerle bilgi düzeyleri ve farkındalıkları artırılabilir.
- Termal tesislerde turistlerin kullanımı için öngörülen araç ve gereçler için bir hijyen standardı oluşturulabilir. Termal tesisler yerel yetkililer tarafından bu standartlar çerçevesinde daha kolay denetlenebilir. Turistler için temel beklenti olan hijyen, bu standartlarla daha çok sağlanabilir.
- Termal tesisler, yerli turistlere yönelik gerçekleştireceği satış geliştirme çabalarında (reklam, kişisel satış, promosyon, halkla ilişkiler) sağlık, rahatlama, kaçış ve prestij-eğlence önceliğini çağrıştırabilecek temalara yer vermelidir. Özellikle bu temaları internet ortamında yaygınlaştırmalıdır.

Bu araştırmada yükselen bir trend olarak her geçen gün önemini artıran termal turizm için yerli turistler düzeyinde bir bakış açısı oluşturulmuştur. Yerli turistlerin termal tesislere ziyaret öncesi seyahat motifleri ve termal tesis hizmet beklentileri ortaya konulmuştur. Çalışmanın Türkiye ölçeğinde termal turizm hizmeti sunmakta olan tesislere ve yerel yetkililere yol gösterici olması beklenmektedir. Bununla birlikte termal turizm kapsamında gelecekte yapılması öngörülen benzer çalışmalarda termal turistlerin başka motiflerine (heyecan, aileyle birlikte olma, kendini geliştirme vb.) ve termal tesis hizmet beklentilerinde sosyokültürel imkanlar, fiyat, ödeme kolaylığı ve tanıtım olanaklarına yoğunlaşılması farklı öngörüler oluşturabilir.

KAYNAKÇA

- Ayaz, N. (2012). Kırsal Turizm ve Paydaşları: Belediye Başkanlarının Tutumlarına Yönelik Bir Araştırma. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Ankara.
- Boekstein, M. (2014). Tourism, health and the changing role of thermal springs- should South Africa reposition its thermal spring tourism product? African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure, 3(2), 1-9.
- Chang, J. C. (2007). Travel motivations of package tour travelers. Tourism, 55(2), 157-176.
- Dimitrovski, D. & Todorović, A. (2015). Clustering Wellness Tourists in Spa Environment. Tourism Management Perspectives, (16), 259-265.
- GDFHTS-R (2010). Developments and Challenges in The Hospitality and Tourism Sector. International Labour Office Switzerland.
- Goeldner, C. R., Ritchie, J. R. B. ve McIntosh, R. W. (2000). Tourism Principles Practices Philosophies. (Eighth Edition). New York.
- İncekara, A. (1996). Sağlık Turizminde Jeo-Termal Kaynaklar. İstanbul: İTO Yayınları.
- Jafari, J. (2000). Encyclopedia of Toursim. London-New York: Routledge.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2007). Türkiye Turizm Stratejisi 2023. Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.
- Özdemir, Ş. (2015). Türkiye'nin Termal Sağlık Turizmi Potansiyeli. M. Altındiş (Editör). Termal Turizm (s.1-12), Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Danışmanlık Tic. Ltd. Şti.
- Pongrác A. & Laczko T. (2008). Spatial Concentration of Hungary's Health Tourism. Modern Geografia, (2), 1-22.
- Rodnic, A. R., 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 an International Journal of Multidisciplinary Research, Vienna.
- Saruşık, M. (1994). Türkiye'de Termal Turizmi ve Sandıklı (Afyon) Bölgesi Örneği, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.

Taskov, N., Metodijeski, D., ve Mitreva, E. (2015). *Thermal Tourism in Macedonia*. Germany: LAP LAMBERT Academic Publishing.

Toskay, T. (1989). *Turizm-Turizm Olayına Genel Yaklaşım*. İstanbul: Der Yayınları.

Vuuren, C. V. ve Slabbert, E. (2011). Travel motivations and behaviour of tourists to a South African resort. *Book of Proceedings I* (p.295-304), International Conference on Tourism & Management Studies-Algarve 2011.

Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2011). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.