



TERMAL OTELLERE YÖNELİK MÜŞTERİ YORUMLARININ İNCELENMESİ¹ EXAMINATION OF CUSTOMER REVIEWS OF THERMAL HOTELS

Nurdan TEK

İstanbul Gelişim Üniversitesi, nurdantek55@gmail.com, orcid.org/0000-0001-5143-4931

Doç. Dr. Adnan DUYGUN

İstanbul Gelişim Üniversitesi, İstanbul, Türkiye, aduygun@gelisim.edu.tr, orcid.org/0000-0003-4026-4054

Makale Gönderim-Kabul Tarihi (21.01.2023-28.07.2024)

Öz

Bu çalışmada, Türkiye’deki termal otellerden hizmet alan müşterilerin yorumlarının, Tripadvisor seyahat platformu üzerinden incelenmesi amaçlanmıştır. Ancak otel sayısına bağlı olarak, zamansal açıdan tüm termal otelleri incelemek mümkün olmadığından, İzmir’deki termal oteller çalışmanın kapsamına alınmıştır. Çalışmaya 2019, 2020 ve 2021 yılları dahil edilmiştir. Öncelikle nicel içerik analizi ile gerekli veriler elde edilmiştir. Ardından müşterilerin verdiği genel puan ve diğer kategoriler arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişkinin varlığı analiz edilmiş, genel puan ve diğer kategoriler arasında pozitif yönlü ve anlamlı ilişkilerin olduğu anlaşılmıştır. Ortaya çıkan sonuçlara bağlı olarak konunun ilgililerine önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Sağlık Turizmi, termal turizm, müşteri yorumları

Abstract

In this study, it is aimed to examine the comments of customers who receive service from thermal hotels in Turkey through the Tripadvisor travel platform. However, depending on the number of hotels, it is not possible to examine all thermal hotels in terms of time, so thermal hotels in İzmir were included in the study. The years 2019, 2020 and 2021 were included in the study. First of all, necessary data were obtained through quantitative content analysis. Then the existence of a statistically significant relationship between the general score given by the customers and other categories was analyzed, and it was understood that there were positive and significant relationships between the general score and other categories. Depending on the results, suggestions were made to those who are interested in the subject.

Keywords: Health Tourism, thermal tourism, customer reviews

¹ Bu çalışma, Doç. Dr. Adnan DUYGUN danışmanlığında Nurdan TEK tarafından hazırlanan “Termal Otelere Yönelik Müşteri Yorumlarının İncelenmesi: İzmir Örneği” başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.



ULUSLARARASI SAĞLIK YÖNETİMİ VE STRATEJİLERİ ARAŞTIRMA DERGİSİ

INTERNATIONAL JOURNAL OF HEALTH MANAGEMENT AND STRATEGIES RESEARCH

Cilt/Volume : 10 Sayı/Issue : 2 Yıl/Year : 2024 ISSN -2149-6161

GİRİŞ

Sağlık turizmi, tıp merkezlerinde tıbbi amaçla yapılan uygulamalar da dahil olmak üzere termal sağlık işletmeleri ile yaşlı bakım ve rehabilitasyon merkezlerinde kronik hastalık takibini de içine alan bir kapsama sahiptir. Sağlık turizmi kapsamında; medikal turizm, wellness turizmi, ileri yaş ve engelli turizmi ve son olarak termal turizm yer almaktadır. Termal sular birçok rahatsızlığın tedavisinde kullanılmaktadır. Türkiye jeotermal su kaynakları açısından zengin bir ülkedir. Türkiye’de çok sayıda termal hizmet veren işletme bulunmaktadır. Söz konusu işletmelerden faydalanmak için seyahat planlamaları yapan bireylerin çoğu bu planları çevrimiçi seyahat platformları üzerinden gerçekleştirmektedirler. Bu seyahat platformlarından birinin Tripadvisor olduğunu söylemek mümkündür. Tripadvisor, müşteri yorumları ile gerek kullanıcılara gerekse de işletmelere hizmet kalitesini değerlendirme açısından bilgi veren ve araştırmada müşteri yorumlarının incelendiği çevrimiçi seyahat platformudur. Araştırmada 2019-2020-2021 yıllarına ait Tripadvisor’da yer alan müşteri yorumları incelenmiştir. İçerik analizinin kapsamına İzmir’deki termal oteller dahil edilmiş, Tripadvisor’da bulunan kategoriler (genel puan, yer, temizlik, hizmet, değer, odalar ve uyku kalitesi) açısından içerik analizi yapılmıştır. Daha sonra müşterilerin puan verdiği kategorilerin aralarındaki ilişki incelenmiştir.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Sağlık turizmi, insan sağlığı için her türlü tedavi ve iyileştirmeyi içeren uygulamaların seyahat ve konaklama hizmetleri ile beraber sunulmasına ilişkin hizmet turizminin bir çeşididir (Çelik, 2009:4). Sağlık turizmi, yurt dışında tedavi olmayı amaçlayan insanların hareketliliği olarak da tanımlanmaktadır (Tengilimoğlu & Yalçın Balçık, 2009: 66). Sağlık turizmi kapsamında; seyahat planlamaları ve söz konusu seyahatlerin gerçekleştirilmesi (Glinos & Baeten, 2006: 7), sağlıklarını korumak ve sağlık durumlarını daha iyiye getirmek için gelen kişilere konaklama hizmetinin verilmesi, sağlık hizmeti ve diğer tamamlayıcı hizmetlerin sunulması, hastanın sağlık hizmeti aldıktan sonra ülkesine geri dönmesi ve gerekli olduğu durumlarda iyileşme sürecinin kontrol edilmesi konuları yer almaktadır (Turner, 2008: 553).

Sağlık turizmi türlerini dört başlık altında toplamak mümkündür. Bunlar (Tengilimoğlu, 2021: 2):

1. Medikal turizm
2. Wellness turizm
3. İleri yaş ve engelli turizm
4. Termal turizm

Medikal turizm kişilerin tedavi ve rehabilitasyon amacı ile sağlık merkezlerinin verdiği hizmetlerden faydalanmak için yaşamlarını idame ettikleri ülkeden bir başka ülkeye yaptıkları yolculuklar olarak tanımlanmaktadır (Aydın, 2014: 132). Wellness kişinin yalnızca beden hali olarak iyi hissetme veya sadece bedensel yönden iyilik durumu yanında, kişinin zihin ve ruh sağlığını düzeltmesine ve geliştirmesine de yardımcı olmaktadır (Toktaş, 2015: 158). İleri yaş turizmi, yaşlı nüfus sayısının artış göstermesi ile gelişmiş ülkelerde yaşlı bakımı hizmetleri için talep edilen ücretlerin yüksek olması nedeniyle, daha ucuz ücret karşılığında gelişmekte olan ülkelerde verilen yaşlı bakım hizmetlerini içermektedir. Engelli bakım turizmi ise bedensel veya zihinsel engele sahip kişilerin ihtiyaçlarını kendilerinin karşılayabilmesi, topluma kazandırılması ve sosyalleşmesini sağlayabilmek için yapılan hizmetleri içermektedir (Eriş & Barut, 2020: 59). Termalizm, sıcak su kaynaklarının değişiklik yapılmadan çeşitli kürlerle insanları tedavi etmek amacıyla kullanılmasıdır. Termalizm yalnızca hastalarca değil, sağlıklı bireylerce de rahatlamak,



ULUSLARARASI SAĞLIK YÖNETİMİ VE STRATEJİLERİ ARAŞTIRMA DERGİSİ

INTERNATIONAL JOURNAL OF HEALTH MANAGEMENT AND STRATEGIES RESEARCH

Cilt/Volume : 10 Sayı/Issue : 2 Yıl/Year : 2024 ISSN -2149-6161

zinde olmak, güzelleşmek amaçlarıyla kullanılmaktadır. Bu niyetlerle bireylerin sürekli ikamet ettikleri bölgelerin dışına yaptıkları seyahatler ve buralarda yapılan konaklamalar, termal turizmi oluşturmaktadır (Türksoy & Türksoy, 2010: 702).

Sağlık turizminin alt başlıklarından en önemlisi, termal ve kaplıca turizmidir. Termal turizm, mineraller içeren termal sular ve çamurların, uzman doktor denetiminde, egzersiz, diyet, fizik tedavi ve rehabilitasyon ve son olarak psikoterapi branşları ile birlikte, bireylerin sağlığına olumlu yönde katkı yapmak için yapılan turizm çeşidi olarak tanımlanmaktadır (Yalçın, 2006: 23). Termal suların kullanımının çok eskilere dayandığını ve çoğu medeniyetin bu sulardan fayda gördüğünü söylemek mümkündür. Termal turizm, 18-20 derecenin üzerindeki daha sıcak ve mineral bakımından zengin jeotermal suların; tedavi, eğlence, dinlenme ve arınma amaçlı kullanımınıdır (Cihangir, 2016: 15).

Yapılan arkeolojik çalışmalara göre, termal sular bronz çağından beri 5000 yıldır Mısırlılar, Persler, Makedonlar, Romalılar, Türkler ve Vikingler tarafından kullanılmıştır. Termal suları; dinlenme, zindeleşme, temizlenme ve tedavi olmak için yaşamlarının bir parçası yapmışlardır. Anadolu'da geçmiş yüzyıllara kadar uzanan kaplıca turizmi Selçuklularda, Osmanlılarda benzer amaçlar ile kullanılmıştır (Sağlık Turizmi Daire Başkanlığı, 2017). Aztekler ve Kızılderililer ise sıcak su kaynaklarının kutsallığına ve iyileştirici etkisine inanmışlardır (Özbek & Özbek, 2008: 102). Anadolu Selçukluları, Anadolu topraklarındaki Romalılar ve Bizans dönemlerine ait yıkılmış kaplıcaları yenilemiştir. Böylece insanlar termal suları tekrar kullanmışlar ve şifa bulmuşlardır. Anadolu Selçukluları döneminde yapılan eserler (su tahliye sistemlerini içeren hamamlar, kurnalar, çeşmeler) sayesinde Türk hamamı dünyaca ün kazanmıştır (Özgen, 2011: 14). Termal sular yalnızca turizme hizmet etmemiş, tıp bilimi içerisinde de kendine önemli bir yer bulmuş, hastalıkların tedavisinde de kullanılmış ve kullanılmaya devam etmektedir (Uslu, 2020: 112).

YÖNTEM

Termal turizmin sağlık turizminde önemli bir yere sahip olduğunu söylemek mümkündür. Dolayısıyla termal otel müşterilerinin, termal otellere ait yorumlarının incelenmesi; termal otellere müşterilerine sundukları hizmetleri iyileştirmeleri için fırsat sunmaktadır. Müşterilerin nelerden memnun olup olmadıklarının veya neleri isteyip istemediklerinin anlaşılması, müşterilere çok daha tatmin edici bir hizmet deneyimi yaşatmayı mümkün hale getirebilecektir. Bu durum aynı zamanda bu çalışmanın önemini ortaya koymaktadır. Bu çalışmada; Tripadvisor seyahat platformunda yer alan Türkiye'deki termal otellere ait müşteri yorumlarının incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırmada %90 güven düzeyi ile çalışılmıştır.

Araştırmada yer alan verilerin elde edilmesinde, bilimsel araştırma ve yayın etiğine uygun hareket edilmiştir. TR Dizin yardım masasında yazan açıklama "Ne tür bir çalışma etik kurul incelemesi gerektirmez?" başlıklı açıklama, "Düzenli olarak yayınlanan çalışma türlerinden sistematik derlemeler, tartışma makaleleri ve uygun şekilde anonimleştirilmiş veri setlerinin ikincil analizleri etik kurul incelemesi gerektirmez. Ancak, bu tür çalışmalarda makalenin yöntemler bölümünde etik hususlara ilişkin durumu açıkça belirtilmelidir." şeklindedir (TR Dizin Yardım Masası, 2023). Bu açıklama doğrultusunda, araştırmada Tripadvisor seyahat platformunda yer alan kamunun erişimine açık veriler kullanıldığından, araştırma için etik kurul onayına ihtiyaç duyulmamıştır.

Türkiye genelinde pek çok bölgede ya da şehirde termal otellerin olduğunu görmek mümkündür. Bu otellere ilişkin müşteri yorumlarına internet üzerinden; platformlar, bloglar, sosyal medya vs.



ULUSLARARASI SAĞLIK YÖNETİMİ VE STRATEJİLERİ ARAŞTIRMA DERGİSİ

INTERNATIONAL JOURNAL OF HEALTH MANAGEMENT AND STRATEGIES RESEARCH

Cilt/Volume : 10 Sayı/Issue : 2 Yıl/Year : 2024 ISSN -2149-6161

ulaşılabilir. Bu çalışmada; popüler seyahat platformlarından biri olarak ifade edilebilecek Tripadvisor seyahat platformu üzerinden; hem içerik analizi hem de istatistik analiz yöntemleriyle, araştırmaya dahil edilen termal oteller incelenmiştir. Türkiye'deki termal otellerden hizmet alan müşterilerin; Tripadvisor seyahat platformunu etkin bir şekilde kullandığı ve tamamen kendi deneyimlerini ifade eden tarafsız yorumlar yazdığı varsayılmıştır.

Türkiye'deki termal otelleri belirlemek amacıyla; sağlık turizmi yetki belgesi almış, Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanlığı Halk Sağlığı Genel Müdürlüğüne ait internet sayfasında yer alan, "İzinli Kaplıca Tesisleri" listesinden yararlanılmıştır (T.C. Sağlık Bakanlığı Halk Sağlığı Genel Müdürlüğü, 2022).

Listede toplam 246 işletme yer almaktadır. Zaman sınırlaması göz önüne alındığında, listede bulunan tüm kaplıca tesislerini incelemek mümkün görünmemektedir. Bu nedenle aşağıda maddeler halinde sıralanan işlemler gerçekleştirilmiştir.

1. Listede; iller bazında 10 (on) ve üzeri kaplıca tesisine sahip iller belirlenmiştir.
2. Daha sonra iller arasında kura çekilmiştir. Kurada İzmir ili çıkmıştır.
3. Kura sonucu çıkan İzmir ilindeki tüm kaplıca tesisleri araştırmanın kapsamına dahil edilmiştir.
4. Araştırma kapsamındaki İzmir'de yer alan her tesis Tripadvisor üzerinden tek tek kontrol edilmiştir.
5. Son olarak; hakkında yorum bulunan tesisler incelemeye alınmıştır.

Çalışmada, Tripadvisor seyahat platformunda yer alan İzmir ilinde bulunan termal otellerin 2019-2020-2021 yıllarını kapsayan müşteri yorumları, 15 Mart 2022 - 14 Nisan 2022 tarihleri arasında içerik analizi yardımıyla incelenmiştir. Müşteri yorumlarının incelenmesinde kodlama cetveli olarak Tripadvisor tarafından oluşturulan değerlendirme kategorileri dikkate alınmıştır. Bu kategoriler; genel puan, otelin yeri, temizlik, hizmet, değer, odalar ve uyku kalitesi şeklinde sıralanmaktadır. Müşterilerin bu kategorilere 1-5 arasında puanlar vererek deneyimlerini paylaştıkları anlaşılmıştır. Bu anlamda yapılan içerik analizinin nicel bir içerik analizi niteliği taşıdığını ifade etmek mümkündür. Araştırmada 2019-2020-2021 yıllarına ait tüm değerlendirme kategorileri doldurulmuş yorumlar dikkate alınmış ve elde edilen veriler istatistiksel analizlere tabi tutulmuştur.

Araştırmada; müşterilerin yorumlarına dair değerlendirme kategorileri; genel puan, otelin yeri, temizlik, hizmet, değer, odalar, uyku kalitesi, otelde kalınan dönemler (2019-2020-2021) ve seyahat türleri-amaçları (tatil veya iş) şeklindedir.

Araştırmada aşağıdaki sorulara cevap aranmaktadır:

- Değerlendirme yapılan kategoriler arasında en yüksek ortalama puana sahip kategori hangisidir?
- Değerlendirme yapılan yıllar itibariyle kategorilerin ortalama puanları nasıl dağılmaktadır?
- Seyahat türü – amacı açısından değerlendirme yapılan kategorilerin ortalama puanları ne düzeydedir?

Araştırmada yer alan temel hipotez ise aşağıdaki şekilde ifade edilmiştir:

H₁: Müşterilerin puan verdiği kategorilerin aralarında anlamlı bir ilişki vardır.

BULGULAR

Bu kısımda sırasıyla; araştırmada kullanılan kategorilerin güvenilirlik analizine, kategori puanlarının normallik testine, müşteri yorumlarına ait frekans analizlerine, araştırma sorularına ait bulgulara ve son olarak kategoriler arasındaki ilişkilerin incelenmesine yer verilmiştir.

Araştırmada Kullanılan Kategorilerin Güvenilirlik Analizi

Kategorilerin güvenilirliğini test etmek için Cronbach alfa yönteminden yararlanılmıştır. Olası değerleri aşağıdaki gibi yorumlanmak mümkündür (Uzunsakal & Yıldız 2018: 19):

- $0.00 < \alpha < 0.40$ ise güvenilir değildir.
- $0.40 < \alpha < 0.60$ ise düşük güvenilirliktedir.
- $0.60 < \alpha < 0.80$ ise oldukça güvenilirdir.
- $0.80 < \alpha < 1.00$ ise yüksek güvenilirliktedir.

Çalışmada kullanılan kategoriler; “genel puan, otelin yeri, temizlik, hizmet, değer, odalar ve uyku kalitesi” şeklinde sıralanmaktadır. Cronbach's Alpha değeri 0,965 bulunmuştur. Bu sonuca göre araştırmada kullanılan kategorilerin yüksek güvenilirliğe sahip olduğunu söylemek mümkündür.

Kategori Puanlarının Normallik Testi

Analizlere başlamadan önce kategori puanlarının normallik analizlerinin yapılmasında yarar bulunmaktadır. Tablo 1’de görüldüğü üzere, kategori puanlarının normallik testi için Kolmogorov-Smirnov ve Shapiro-Wilk testlerinden yararlanılmıştır. Sonuç olarak kategori puanlarının dağılımlarının normal olmadığı anlaşılmıştır.

Tablo 1. Kategori Puanlarının Normallik Analiz Tablosu

Kategoriler	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	İstatistik	Serbestlik Derecesi	p	İstatistik	Serbestlik Derecesi	p
Genel Puan	,404	84	,000	,593	84	,000
Otelin Yeri	,444	84	,000	,500	84	,000
Temizlik	,415	84	,000	,555	84	,000
Hizmet	,445	84	,000	,544	84	,000
Değer	,371	84	,000	,621	84	,000
Odalar	,374	84	,000	,632	84	,000
Uyku Kalitesi	,396	84	,000	,604	84	,000

a. Lilliefors Significance Correction

Müşteri Yorumlarına Ait Frekans Analizleri

Tripadvisor’da yer alan tüm kategorilerin (genel puan, yer, temizlik, hizmet, değer, odalar, uyku kalitesi) en az birinde yorum alan, müşteri yorumları dikkate alınmıştır. Tablo 2’de görüldüğü üzere 2019 yılında 245 yorum, 2020 yılında 80 yorum, 2021 yılında 104 yorum olmak üzere toplamda 429 adet müşteri yorumuna ulaşılmıştır. Tablo 2 incelendiğinde turizm sektörünü etkileyen Covid-19 pandemisinin 2020 ve 2021 yıllarında termal turizm alanına da tesir ettiği görülmektedir. 2020 ve 2021 yıllarında, konaklama sayılarının düşmesine bağlı olarak, müşteri yorum sayılarının 2019 yılına kıyasla ciddi bir şekilde gerilediği anlaşılmaktadır.

Tablo 2. Termal Otel Bazında Tripadvisor’da Yer Alan Müşteri Yorumları (2019-2020-2021)

Otel	2019	2020	2021	Toplam
Merada Termal Tatil Köyü	1	3	2	6
Boyalık Beach Hotel & Spa	11	3	11	25
Kerasus Resort Otel	-	-	-	-
Zeytinalı Thermal Hotel	-	-	-	-
Dikili Çamur Ilıcısı	Tripadvisor’da yer almamaktadır.			
Kaya İzmir Thermal & Convention Otel	17	1	19	37
Balçova Termal Tesisi	3	3		6
Radisson Blu Resort & Spa, Çeşme	59	10	22	91
Fatma Hanım Kaplıcası	Tripadvisor’da yer almamaktadır.			
Grand Hotel Ontur	5	5	2	12
Sheraton Çeşme Hotel Resort & Spa	57	21	-	78
Ilıca Hotel Spa & Thermal Resort	18	16	18	52
Pırl Hotel Thermal & Beauty Spa	16	3	3	22
Şifne Termal Otel	-	-	-	-
Nebiler Köy Kaplıcası	Tripadvisor’da yer almamaktadır.			
Vardar Termal Tesisleri	Tripadvisor’da yer almamaktadır.			
Wyndham Grand İzmir Özdilek	35	9	13	57
Altın Yunus Resort and Thermal Hotel	23	6	14	43
Toplam	245	80	104	429

Tablo 3. Termal Otel Bazında Tripadvisor’da Tüm Kategoriler Bazında Yapılmış Müşteri Yorumları (2019-2020-2021)

Otel	2019	2020	2021	Toplam
Merada Termal Tatil Köyü	-	-	1	1
Boyalık Beach Hotel & Spa	-	-	1	1
Kerasus Resort Otel	-	-	-	-
Zeytinalı Thermal Hotel	-	-	-	-
Dikili Çamur Ilıcısı	Tripadvisor’da yer almamaktadır.			
Kaya İzmir Thermal & Convention Otel			3	3
Balçova Termal Tesisi	1	-	-	1
Radisson Blu Resort & Spa, Çeşme	26	5	1	32
Fatma Hanım Kaplıcası	Tripadvisor’da yer almamaktadır.			
Grand Hotel Ontur	-	-	-	-
Sheraton Çeşme Hotel Resort & Spa	-	-	-	-
Ilıca Hotel Spa & Thermal Resort	-	-	-	-
Pırl Hotel Thermal & Beauty Spa	-	-	-	-
Şifne Termal Otel	-	-	-	-
Nebiler Köy Kaplıcası	Tripadvisor’da yer almamaktadır.			
Vardar Termal Tesisleri	Tripadvisor’da yer almamaktadır.			
Wyndham Grand İzmir Özdilek	30	5	11	46
Altın Yunus Resort and Thermal Hotel	-	-	-	-
Toplam	57	10	17	84

Tablo 3’te ise içerik analizine tabi tutulan tüm kategorileri doldurmuş müşteri yorumları yer almaktadır. Toplamda 84 müşterinin tüm kategorileri doldurarak, yorum yaptığı görülmektedir. 2019-2020-2021 yıllarını kapsayan müşterilerin otelde kaldıkları dönemlere ait 84 yorumun

dağılımı; 2019 için 57 yorum (%67,9), 2020 için 10 yorum (%11,9) ve 2021 için ise 17 yorum (%20,2) şeklindedir. 84 müşteri yorumu seyahat türü-amacına göre tatil amaçlı (66 kişi, %78,6) ve iş amaçlı (18 kişi, %21,4) olarak dağılmaktadır.

Araştırma Sorularına Ait Bulgular

Bu kısımda, Tripadvisor'da incelenen termal otellere ait tüm kategorilerdeki (genel puan, otelin yeri, temizlik, hizmet, değer, odalar, uyku kalitesi) müşteri yorumlarına ait tanımlayıcı istatistiklerle araştırma sorularına cevaplar aranmıştır.

Tablo 4. Genel Olarak Yapılan Müşteri Yorumlarının Ortalamaları (5 üzerinden)

Kategoriler	N	Ortalama
Genel Puan	84	4,45
Otelin Yeri	84	4,65
Temizlik	84	4,57
Hizmet	84	4,52
Değer	84	4,38
Odalar	84	4,44
Uyku Kalitesi	84	4,45

Tablo 4'te genel olarak yapılan müşteri yorumlarının 5 üzerinden ortalamaları görülmektedir. Değerlendirme kategorilerinin birbirine oldukça yakın olduğu görülmekle beraber, en yüksek ortalamaya sahip kategori "otelin yeri" (4,65) kategorisidir.

Tablo 5. Yıllar Bazında Termal Otelde Kalınan Dönem Açısından Müşteri Yorumlarının Ortalamaları (5 üzerinden)

Kategoriler	Otelde Kalınan Dönem		
	2019	2020	2021
	Ortalama	Ortalama	Ortalama
Genel Puan	4,47	4,90	4,12
Otelin Yeri	4,70	4,80	4,41
Temizlik	4,63	4,80	4,24
Hizmet	4,56	4,90	4,18
Değer	4,40	4,80	4,06
Odalar	4,44	4,80	4,24
Uyku Kalitesi	4,46	4,70	4,29

Tablo 5'te yıllar bazında (2019-2020-2021) termal otelde kalınan dönem açısından müşteri yorumlarının ortalamaları yer almaktadır. 2019 yılı itibarıyla "otelin yeri" (4,70) kategorisinin, 2020'de "genel puan" (4,90) ve "hizmet" (4,90) kategorilerinin ve son olarak 2021 yılında ise tekrar "otelin yeri" (4,41) kategorisinin diğer kategori ortalamalarına göre daha yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo 6. Seyahat Türü – Amacı Açısından Müşteri Yorumlarının Ortalamaları (5 üzerinden)

Kategoriler	Seyahat Türü - Amacı
-------------	----------------------

	Tatil	İş
	Ortalama	Ortalama
Genel Puan	4,48	4,33
Otelin Yeri	4,65	4,67
Temizlik	4,61	4,44
Hizmet	4,55	4,44
Değer	4,41	4,28
Odalar	4,47	4,33
Uyku Kalitesi	4,44	4,50

Tablo 6’da görüldüğü üzere seyahat türü – amacı açısından müşteri yorumlarının ortalamaları yer almaktadır. Hem tatil hem de iş amacıyla termal otellerde konaklayan müşterilerin değerlendirmelerinde ön plana çıkan kategorinin “otelin yeri” olduğu anlaşılmaktadır. Tatil amaçlı seyahat edenler açısından “otelin yeri” kategorisinin ortalaması 4,65 iken iş amaçlı seyahat edenler açısından ise 4,67’dir.

Kategoriler Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi

Bu kısımda, müşterilerin puan verdiği kategorilerin aralarında anlamlı bir ilişki olup olmadığını test etmeye yönelik korelasyon analizine yer verilmiştir. Ortaya çıkan sonuçlar Tablo 7’de yer almaktadır. Kategori puanları normal dağılım göstermediğinden, Spearman's rho korelasyon analizinden yararlanılmıştır.

Tablo 7. Müşterilerin Puan Verdiği Kategorilerin Aralarındaki İlişkinin Analizi

Kategoriler		Genel Puan	Otelin Yeri	Temizlik	Hizmet	Değer	Odalar	Uyku Kalitesi
Genel Puan	r	1,000						
	p	.						
	n	84						
Otelin Yeri	r	,566**	1,000					
	p	,000	.					
	n	84	84					
Temizlik	r	,715**	,672**	1,000				
	p	,000	,000	.				
	n	84	84	84				
Hizmet	r	,806**	,727**	,757**	1,000			
	p	,000	,000	,000	.			
	n	84	84	84	84			
Değer	r	,825**	,549**	,723**	,759**	1,000		
	p	,000	,000	,000	,000	.		
	n	84	84	84	84	84		
Odalar	r	,763**	,762**	,739**	,748**	,708**	1,000	
	p	,000	,000	,000	,000	,000	.	
	n	84	84	84	84	84	84	
Uyku Kalitesi	r	,698**	,563**	,658**	,645**	,798**	,801**	1,000
	p	,000	,000	,000	,000	,000	,000	.
	n	84	84	84	84	84	84	84

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tablo 7 genel olarak incelendiğinde müşterilerin puan verdiği kategorilerin kendi aralarında pozitif ve anlamlı ilişkiler olduğu görülmektedir. En yüksek korelasyon katsayısının ($r=0,825$) ile “Değer” ile “Genel Puan” arasındadır. En düşük korelasyon katsayısının ($r=0,549$) ise “Değer” ile “Otelin Yeri” arasında olduğu ortaya çıkmaktadır. Genel olarak tüm kategoriler arasında pozitif ve anlamlı ilişkiler olduğu anlaşılmaktadır. Bu durumda, müşterilerin puan verdiği kategorilerin aralarında anlamlı bir ilişki olup olmadığını test etmeye yönelik H_1 hipotezi kabul edilmektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Termal turizm sağlık turizminin bir türüdür ve Türkiye bu sektörde dünyanın önde gelen ülkelerinden birisidir (Dikmetaş Yardan vd., 2014: 38). Zamanın bilgi ve teknoloji çağı olması kişilerin bu hizmetleri almasını kolaylaştırmakta, çevrimiçi seyahat platformları da bu amaçla kişilere hizmet etmektedirler. En popüler seyahat platformlarından birinin Tripadvisor olduğunu söylemek mümkündür. Tripadvisor, kişilerin bu konuda hizmet aldıkları ve hizmet hakkında yorum yaptıkları çevrimiçi bir seyahat platformudur.

Bu noktadan hareketle kurgulanan çalışmada, Tripadvisor seyahat platformunda yer alan termal otellere ait müşteri yorumlarının incelenmesi amaçlanmıştır. Ancak tüm termal otellerin incelenmesi zaman ve maliyet açısından mümkün olmadığından, araştırmanın kapsamına İzmir ilindeki termal oteller dahil edilmiştir. 2019-2020 ve 2021 yıllarına ait müşteri yorumları Tripadvisor üzerinden içerik analizi ile incelenmiş ve elde edilen veriler istatistiksel analizlere tabi tutulmuştur.

2020 ve 2021 yıllarında, konaklama sayılarının düşmesine bağlı olarak, müşteri yorum sayılarının da 2019 yılına kıyasla ciddi bir şekilde gerilediği ortaya çıkmıştır. Bu durumu Covid-19 pandemisinin etkisi olarak yorumlamak mümkündür (bkz. Tablo 2).

Araştırmada cevapları aranan sorulara ilişkin bulguları ise şu şekilde özetlemek mümkündür:

- Değerlendirme kategorilerinin arasında en yüksek ortalamaya sahip kategori “otelin yeri” (5 üzerinden 4,65) kategorisidir.
- 2019 yılı itibarıyla “otelin yeri” (4,70) kategorisinin, 2020’de “genel puan” (4,90) ve “hizmet” (4,90) kategorilerinin ve son olarak 2021 yılında ise tekrar “otelin yeri” (4,41) kategorisinin diğer kategori ortalamalarına göre daha yüksek olduğu görülmüştür.
- Hem tatil hem de iş amacıyla termal otellerde konaklayan müşterilerin değerlendirmelerinde ön plana çıkan kategori “otelin yeri” kategorisidir. Tatil amaçlı seyahat edenler açısından “otelin yeri” kategorisinin ortalaması 4,65 iken iş amaçlı seyahat edenler açısından ise 4,67’dir.

Araştırmada ortaya atılan temel hipotezin test edilmesiyle ortaya çıkan sonucu ise şu şekilde özetlemek mümkündür. Müşterilerin puan verdiği kategorilerin aralarında genel olarak anlamlı ve pozitif yönlü ilişkiler olduğu ortaya çıkmıştır. Bu durumda, müşterilerin puan verdiği kategorilerin aralarında anlamlı bir ilişki olup olmadığını test etmeye yönelik H_1 hipotezi kabul edilmiştir. Kategorilerin kendi aralarındaki anlamlı ve pozitif ilişkilere dayanarak; herhangi bir kategoride yaşanan olumsuz bir durumun, diğer kategorileri de etkilediğini, dolayısıyla termal oteller açısından sunulan hizmetin bir bütün teşkil etmesi gerektiğini ifade etmek mümkündür.



ULUSLARARASI SAĞLIK YÖNETİMİ VE STRATEJİLERİ ARAŞTIRMA DERGİSİ

INTERNATIONAL JOURNAL OF HEALTH MANAGEMENT AND STRATEGIES RESEARCH

Cilt/Volume : 10 Sayı/Issue : 2 Yıl/Year : 2024 ISSN -2149-6161

Araştırmada elde edilen sonuçları, Türkiye’de yakın zamanda termal oteller üzerine yapılan önemli çalışmalarla kıyaslamak yararlı olacaktır. Dereli ve Temizkan (2019), Bolu’da termal turizm potansiyelinin fazla olduğunu, ancak turistlere verilen hizmetin geliştirilmesi gerektiğini ifade etmişlerdir. Kement vd. (2019) ise Bingöl’de yer alan termal otel işletmelerinin, müşterilerin hizmet beklentilerini karşılayamadığını ortaya çıkarmışlardır. Benzer şekilde Kıngır vd. (2019) Armutlu ve Kuzuluk kaplıcalarının, müşterilerin hizmet kalitesine ilişkin beklentilerini karşılamadığını tespit etmişlerdir. Araştırmada elde edilen sonuç da literatürü destekler niteliktedir. “Hizmet” kategorisinin ilişki içerisinde olduğu ve en yüksek korelasyon katsayısına ($r=0,806$) (bkz. Tablo 7) sahip olan olduğu kategori “Genel Puan” kategorisidir. Bu durumda hizmette yaşanabilecek bir olumsuzluk, hizmetin ilişkili bulunduğu kategoriler arasında en çok genel puan kategorisine etki edecektir.

Ayrıca müşterilerin termal turizme ilişkin iyi bir deneyim yaşamalarının önemine dikkat çekmekte fayda bulunmaktadır. Özdemir & Sevim (2021) termal turizm deneyiminin müşteri sadakatine olumlu etkisinin olduğunu, Akkuş & Korkmaz (2022) ise duyusal ve ilişkisel deneyimlerin, ziyaretçilerin memnuniyetini anlamlı ve pozitif yönde etkilediğini, memnuniyetin de davranışsal niyet üzerinde anlamlı ve pozitif etkisinin olduğunu ortaya koymuşlardır. Buradan yola çıkarak, yaşanan olumlu deneyimlerin termal otellerin puanlarına etki edeceğini ve dolayısıyla da otellerin puanların yükseleceğini söylemek mümkündür.

Araştırmada elde edilen bulgular ve sonuçlar doğrultusunda, termal oteller üzerine çalışma yapmayı düşünen araştırmacılara, akademisyenlere ve ilgililere bazı önerilerde bulunmak faydalı olacaktır. Öncelikle, araştırma İzmir ilinde gerçekleştirilmiştir. Farklı il ya da bölgelerde araştırmanın tekrarlanması önerilebilir. Bu durumda il bazında farklılıkların olup olmadığı kıyaslanabilir. Hatta dünya genelindeki termal oteller de dahil edilerek daha kapsamlı sonuçlara ulaşmak ve elde edilen sonuçları karşılaştırmak mümkün olabilir.

Araştırmada kullanılan kategoriler, Tripadvisor tarafından belirlenmiş kategorilerdir. Tripadvisor’da yer alan kategoriler açısından otelde kalınan dönemler ile seyahat türleri – amaçları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar ortaya çıkmadığı dikkate alındığında, literatüre de dayanarak, ortaya konabilecek başka kategoriler bazında farklılıkların olup olmadığı tespit edilebilir. 2019-2020 ve 2021 yıllarında müşteri yorumları dikkate alınmasına rağmen, tüm kategorileri dolduran müşteri sayısı (84 kişi) kısıtlı kalmıştır. Daha büyük zaman dilimi ve daha fazla örneklem sayısı ile araştırmanın tekrar edilmesi önerilebilir. Böylelikle daha geniş bir zaman dilimindeki müşteri yorumlarını incelemek daha kapsamlı bir sonuca ulaştırmada yarar teşkil edebilir. Ayrıca başka bir alternatif olarak, zaman aralığı uzun tutulmadan, müşterilerin yorum yapmaya teşvik edilmesi, yorum sayısının artmasına sebep olabilir.

Son olarak, Tripadvisor dışında başka bir seyahat platformunda müşteri yorumları incelenebilir. Böylelikle seyahat platformları açısından müşteri yorumları açısından ortaya çıkabilecek benzer ya da farklı sonuçlara ulaşılabilir ve bu sonuçlar kıyaslanabilir.

Araştırmacıların Katkı Oranı: Yazarların katkı oranı birinci yazarın %60, ikinci yazarın %40’tır.

Destek ve Teşekkür Beyanı: Çalışmada herhangi bir kurum ya da kuruluştan destek alınmamıştır.

Çatışma Beyanı: Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.



ULUSLARARASI SAĞLIK YÖNETİMİ VE STRATEJİLERİ ARAŞTIRMA DERGİSİ

INTERNATIONAL JOURNAL OF HEALTH MANAGEMENT AND STRATEGIES RESEARCH

Cilt/Volume : 10 Sayı/Issue : 2 Yıl/Year : 2024 ISSN -2149-6161

KAYNAKÇA

- Akkuş, G. & Korkmaz, Ö. (2022). Termal Turizm Deneyiminin Memnuniyet ve Davranışsal Niyet Üzerindeki Etkisi: Reşadiye Örneği. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 53-72.
- Aydın, D. (2014). Sağlık Turizmi Cep Kitabı. <http://www.ipsa.org.tr/upload/kitap/visitturkeyforhealthcare-pocket-book-tr.pdf>, Erişim tarihi: 17.02.2022.
- Cihangir, İ. S. (2016). Termal Turizm Potansiyelinin Bölgesel Kalkınmada Ekonomik Rolü: Ilgın Termal Tesislerinde Bir Uygulama. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya, Türkiye.
- Çelik, A. (2009). Sağlık Turizmi Kapsamında Termal İşletmelerde Sağlık Hizmetleri Pazarlaması ve Algılanan Hizmet Kalitesi: Balçova Termal İşletmesinde Bir Uygulama. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, Türkiye.
- Dereli, N. & Temizkan, R. (2019). Bolu'nun Termal Turizm Potansiyeli ve Termal Turist Profili. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(2), 321-347.
- Dikmetaş Yardan, E., Dikmetaş, H., Coşkun Us, N. & Yabana, B. (2014). Türkiye ve Dünya'da Sağlık Turizmi. *Sağlıkta Performans ve Kalite Dergisi*, 8(2), 27-42.
- Eriş, H. & Barut, S. (2020). Sağlık Turizmi. İçinde; Eriş, H. (Editör), *Sağlık Turizmi* (ss. 45-62), Ankara: İksad Yayınevi.
- Glinos I. A. & Baetan R. (2006). A Literature Review of Cross-Border Patient Mobility in the European Union. http://lekuvam.se/wp-content/uploads/2020/03/37.-WP12_lit_review_final.pdf, Erişim Tarihi: 27.10.2022.
- Kement, Ü., Çavuşoğlu, S., Bükey, A. & Başar, B. (2019). Otel Müşterilerinin Algıladığı Hizmet Kalitesinin SERVQUAL Analizi ile Değerlendirilmesi: Termal Turizm İşletmeleri Örneği. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2019 Ek Sayı, 25-35.
- Kıngır, S., Ağraş, S., Martin, Y. & Şeyhanhoğlu, H. Ö. (2019). Termal Turizm İşletmelerinden Hizmet Alan Müşterilerin Memnuniyeti Üzerine Bir Araştırma. *Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(2), 130-143.
- Özbek, D. & Özbek, T., (2008). Jeotermal Kaynakların Sağlık ve Termal Turizme Entegrasyonu. *Jeoloji Mühendisleri Odası Haber Bülteni Dergisi*, 2-3, 99-113.
- Özdemir, O. & Sevim, B. (2021). Termal Turizm Deneyiminin Müşteri Sadakatine Etkisinde Yaşam Kalitesi ve Müşteri Memnuniyetinin Aracı Rolü: Afyonkarahisar Örneği. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 18(41), 3609-3630.
- Özgen, Ü. (2011). Termal Turizm Açısından Afyonkarahisar İlinin SWOT Analizi ile Değerlendirilmesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyon, Türkiye.
- Sağlık Turizmi Daire Başkanlığı (2017). Türkiye'de Termal Sağlık Turizmi. <https://shgmturizmdb.saglik.gov.tr/Eklenti/10949/0/07pdf.pdf>, Erişim Tarihi: 19.02.2022.
- T.C. Sağlık Bakanlığı Halk Sağlığı Genel Müdürlüğü (2022). İzinli Kaplıca Tesisleri. https://hsgm.saglik.gov.tr/depo/birimler/cevre-sagligi/1-suguvanligi/Guncel_Kaplica_Peloid_Talassoterapi_Tesisleri/Guncel_Kaplica_Peloid_Talassoterapi_Tesisleri.pdf, Erişim Tarihi: 21.02.2022.
- Tengilimoğlu, D. (2021). Sağlık Turizmi ve Devlet Teşvikleri. *Journal of Life Economics*, 8(1), 1-10.
- Tengilimoğlu D. & Yalçın Balçık P., (2009). What Should Turkey's Marketing Strategy Be In Health Tourism?. *Proceedings of the Annual Meeting of the Association of Collegiate Marketing Educators*, 66-81.



ULUSLARARASI SAĞLIK YÖNETİMİ VE STRATEJİLERİ ARAŞTIRMA DERGİSİ

INTERNATIONAL JOURNAL OF HEALTH MANAGEMENT AND STRATEGIES RESEARCH

Cilt/Volume : 10 Sayı/Issue : 2 Yıl/Year : 2024 ISSN -2149-6161

- Toktaş, H. (2015). SPA-Wellness Uygulamaları. İçinde; Altındış, M. (Editör) Termal Turizm (ss. 157-162), Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- TR Dizin Yardım Masası (2023). Ne Tür Bir Çalışma Etik Kurul İncelemesi Gerektirmez?. <https://confluence.ulakbim.gov.tr/pages/viewpage.action?pageId=100433973>, Erişim Tarihi: 15.02.2023.
- Turner L. (2008). Cross-border Dental Care: 'Dental Tourism' and Patient Mobility. British Dental Journal, 204(10), 553-554.
- Türksoy, A. & Türksoy, S. (2010). Termal Turizmin Geliştirilmesi Kapsamında Çeşme İlçesi Termal Kaynaklarının Değerlendirilmesi. Ege Akademik Bakış, 10(1), 699-725.
- Uslu, E. (2020). Termal Turizm ve Spa Wellness Turizmi. İçinde; Eriş, H. (Editör), Sağlık Turizmi (ss. 89-132), Ankara: İksad Yayınevi.
- Uzunsakal, E. & Yıldız, D. (2018). Alan Araştırmalarında Güvenilirlik Testlerinin Karşılaştırılması ve Tarımsal Veriler Üzerine Bir Uygulama. Uygulamalı Sosyal Bilimler Dergisi, 2(1), 14-28.
- Yalçın, P. (2006). Türkiye'de Sağlık Turizminde Altyapı Oluşturulma Gereği ve Sağlık Kurumlarına Yönelik Bir Araştırma. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, Türkiye.