



Araştırma Makalesi (Research Article)

**TERMAL TURİZME KATILAN TURİSTLERİN MOTİVASYON FAKTÖRLERİNİN
BELİRLENMESİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA (A RESEARCH ON DETERMINING THE
MOTIVATION FACTORS OF TOURISTS ATTENDING THERMAL TOURISM)**

Oğuzhan DÜLGAROĞLU^{1*} (orcid.org/ 0000-0002-1992-0531)

¹Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Türkiye

Özet

Sağlık, bireylerin yaşam kalitelerinde belirleyici bir unsur olarak değerlendirilebilir. Özellikle son zamanlarda git gide yoğunlaşan stresli iş ortamında bireylerin sağlıklarını korumaları oldukça önemli bir hal almıştır. Böylece termal turizmin önemi de artmıştır. Bu araştırma, İzmir'in Dikili ilçesindeki bir termal turizm tesisinden hizmet alan müşterilerin termal turizme katılım motivasyonlarına ilişkin elde edilen verileri kapsamaktadır. Araştırmada temel olarak turistlerin termal turizm kapsamındaki seyahatlerinde etkisi olan itici ve çekici motivasyon faktörlerinin belirlenmesi amaçlanmaktadır. Veriler nitel araştırma yöntemlerinden biri olan mülakat yöntemiyle toplanmış ve içerik analizi yöntemiyle analiz edilmiştir. Yapılan analiz sonucunda müşterilerin termal turizm etkinliklerine katılma sebepleri, termal turizm deneyimlerine ilişkin algılamaları ve termal turizm etkinliklerine katılmalarında etkili olan itici ve çekici faktörler belirlenmiştir. Çalışmada elde edilen sonuç doğrultusunda termal turizm tesisleri yöneticilerine ve araştırmacılara öneriler sunulmuştur.

Anahtar kelimeler: Turizm, termal turizm, rekreasyon, itici-çekici faktörler.

Abstract

Health could be considered as a determining factor in the quality of life of individuals. It is very important for individuals to protect their health, especially in the stressful work conditions, Thus, the importance of thermal tourism has also increased. This research includes the data obtained on the motivations of the customers of a thermal tourism facility in Dikili/İzmir, within the scope of thermal tourism. The main purpose of the research is to determine the push and pull motivation factors that affect the tourists' travels within the scope of thermal tourism. The data have been collected by the interview method, which is one of the qualitative research methods, and the collected data have been analyzed by the content analysis method. As a result of the analysis; factors of the customers to participate in thermal tourism activities, thermal tourism perceptions of the customers and push and pull motivation factors of them in scope of thermal tourism have been determined. Finally, suggestions have been presented to managers of thermal tourism facilities and researchers in line with the obtained result.

Keywords: Tourism, thermal tourism, recreation, push and pull factors.

* Sorumlu yazar: ogzhndlgrglu@gmail.com

DOI: 10.33083/joghat.2021.103

Giriş

Günümüzde bireylerin, buldukları ortamdan sıkılarak başka destinasyonlara gitme telaşına girdikleri görülmektedir. Yoğun iş hayatının getirdiği yıpranmanın da bu telaşın ortaya çıkmasında etkisi olduğu söylenebilir. Bireyler, diğer destinasyonlara gitmek için zihinlerinde bir neden arayabilmektedirler. Sağlık turizmi kapsamında termal tesislerin şifalı sularına gitme motivasyonu da bunların arasında yer alabilmektedir. Bu tür turistik motivasyonlar, destinasyon seçiminde de etkisini göstermektedir. Birçok çalışmada, itici ve çekici etmenlerin birlikte veya ayrı ayrı turist motivasyonlarını oluşturan etmenler olarak destinasyon seçimindeki etkisi araştırılmıştır (Correia, Valle ve Moço, 2007). Bireylerin, onları tatile gitmeleri için motive eden etmenlerin sağladığı etkiyle deneyimini yaşadıkları bir tatilden memnuniyet duymaları, tatil sonrası davranışlarını da olumlu yönde etkilemektedir (Ross ve Iso-Ahola 1991; Devesa, Laguna ve Palacios, 2010). Tatilden memnun bir şekilde dönen bireyler gelecek zamanda da aynı destinasyonu veya işletmeyi tercih edebilmekte ve yakınlarındaki kişilere tavsiye edebilmektedir (Juaneda, 1996; Kozak ve Rimmington, 2000).

Son zamanlarda, bireylerin çeşitli motivasyonlarla tatil satın aldıkları ve farklı destinasyonlara seyahat ettikleri görülmektedir. Bireylerin gerçekleştirmiş oldukları turistik amaçlı bu seyahatlere yönlendiren sebeplerden biri de sağlığını koruma isteği olarak göze çarpmaktadır. Sağlık turizmi kapsamında gerçekleştirilen bu seyahatlerde bireyler, kötüleşen sağlık durumlarını tekrar elde etmek veya sağlıklarını uzun süreler koruyabilmeyi amaçlamaktadırlar (Reisman, 2010). Sağlık turizmi çerçevesinde gerçekleştirilen bu tür seyahatlerde öncelikli amaç; sağlığı korumak, sağlık düzeyini artırmak ya da mevcut olan herhangi bir sağlık sorununa çare bulabilme amacıyla gerçekleştirilen her çeşit seyahat faaliyetleridir (Özsarı ve Karatana, 2013). Termal turizm kapsamında gerçekleştirilen seyahatler de bu duruma örnek teşkil etmektedir. Bireyler, sıcak ve şifalı sulara sahip olan termal turizm tesislerinde sağlıklarını koruma veya hastalıkları bertaraf etme fırsatına sahip olabilmektedirler. Böylece termal turizm etkinliklerine katılmak üzere motive olabilmektedirler.

Termal turizm konusuna ilişkin gerçekleştirilen çalışmalar incelendiğinde; turistlerin termal turizm etkinliklerine ne gibi beklentilerle katıldıkları, turistlerin termal turizm tesislerini hangi amaçlarla tercih ettikleri ve termal tesislerde öncelikli olarak aradıkları özelliklerin tespit edildiği görülmektedir (Mak, Wong ve Chang, 2009; Gustavo, 2010; Rancici Paviç ve Mijatov, 2014; Albayrak ve Örnek, 2017; Komşu ve Eban, 2019; Ceylan, 2019; Çılgınoğlu ve Aytuğar, 2021; Brandao, Liberato, Teixeira ve Liberato, 2021). Turistlerin termal turizme katılma sebeplerinin, termal turizm etkinliklerine onları çeken faktörlerin, onları buldukları yerden termal turizm tesislerine iten faktörlerin ve termal turizm deneyimlemeleri sonucunda elde ettikleri deneyime ilişkin görüşlerinin aynı anda ele alındığı bir çalışma tespit edilememiştir. Alanyazında tespit edilen bu boşluk bu araştırmayla birlikte giderilmeye çalışılacaktır. Bundan hareketle; araştırmada turistlerin termal turizm etkinliklerine katılma sebeplerinin, bu etkinliklere katılmalarında etkisi olan itici-çekici faktörlerin ve termal turizm tesisinde almış oldukları hizmete ilişkin algılamalarının açığa çıkarılması amaçlanmaktadır.

1. Kavramsal Çerçeve

1.1. Termal Turizm

Günümüzde insanları turizm etkinliklerine katılmaya yönlendiren nedenlerden birisinin de sağlık olduğunu söylemek mümkündür. Sağlık, Dünya Sağlık Örgütü tarafından bireylerin hastalıklı olmama durumlarına ilave olarak beden, ruhen ve sosyal yönlerden bütünsel bir iyilik hali şeklinde ifade edilmiştir (World Health Organization, 2019). Termal turizm de bireylerin sağlıklarını koruma adına katıldıkları turizm çeşitlerinden biridir. Bireyler, termal turizm etkinliklerine bazen sağlığı yeniden kazanma amacıyla, bazen de sağlığı uzun süre koruyabilme amacıyla katılabilmektedir. Termal turizm, bireylerin sağlığa bağlı olan sıkıntılarını giderebilme gayesiyle şifalı su ve çamur gibi unsurlardan yararlanmak için seyahat etmeleri ve seyahat ettikleri destinasyonlarda termal turizm arzına dahil olma hareketi olarak tanımlanabilir. Buna ilaveten bireylerin sağlık düzeylerini koruma, iyileştirme ve benzeri amaçlarla belli bir süre için şifalı sıcak su gibi doğal kaynaklara sahip olan turistik tesislerde kür uygulaması, geceleme, beslenme, eğlenme ve bunun gibi gereksinimlerini karşılamaları için seyahatleri sonucunda ortaya çıkan turizm hareketleri şeklinde de ifade edilmektedir (Sandıkçı, 2008: 7; Ova, Biçer ve Yurcu, 2019). Bireylerin sağlıklarını koruma veya hastalıklarından arınma gibi birçok amaçlarla katıldıkları termal turizm; konaklama işletmelerinin yer altından gelen termal kaynakların yakınlarında hizmete sunulmasıyla müşterilere şifalı sudan kaynaklanan hizmetler sağlamaları ve böylece turistlerin sağlık kapsamındaki turistik gereksinimlerinin giderilmesi şeklinde tanımlanmaktadır (Öcal, 2011).

Termal turizmin gerçekleştirilmesi için önemli turistik kaynaklardan biri olan termal sular, hastaların tedavilerinin gerçekleştirilmesi veya zinde kalmaları için önemli bir unsurdur. Termal turizm etkinliklerine ağırlıklı olarak üçüncü yaş grubundaki turistler katılmaktadır (Dereli ve Temizkan, 2019: 323). Biyolojik

etmenler ve yaşın ilerlemesiyle birlikte bireylerde omurga rahatsızlıkları veya romatizma gibi hastalıkların görülmeye başlamasına ek olarak, emeklilikle ortaya çıkan boş zaman da üçüncü yaş grubunun termal turizme talebinin artmasına sebep olmaktadır (Pınar, 2008: 47). Üçüncü yaş grubuna ek olarak, turizm etkinliklerinin çeşitlenmesiyle birlikte diğer yaş grubundaki turistlerin de sağlıklarını koruma, rahatlatma veya tedavi gibi amaçlarla termal turizm etkinliklerine katıldıkları görülmektedir. Böylece turistlerin çeşitli amaçlarla termal turizme katıldıkları söylenebilir. Bu doğrultuda turistlerin termal turizme katılımlarında rol oynayan motivasyon faktörlerinin önemli bir araştırma konusu olduğu ileri sürülebilir.

1.2. Turizmde İtici-Çekici Motivasyon Faktörleri ve Turistlerin Termal Turizm Motivasyonları

Günümüzde turistler, tatile çıkma ihtiyacı hissederek turistik gereksinimlerini karşılama amacıyla belli bölgelere seyahat edebilmektedirler. Bu gereksinimin de etkisiyle tatil satın aldıkları görülmektedir. Turistlerin satın alma davranışlarını beraberinde getiren unsurları belirlemede çekici ve itici faktörlerin önemli rolü bulunmaktadır (Kim, Lee ve Klenosky, 2003). Dann'a (1977) göre itici ve çekici faktörlerin genel durumu, turistik davranışlara neden olan motivasyonları anlama aşamasında kolay ve sezgili bir yaklaşım meydana getirebilmektedir. Bu durumda, itici faktörler bireyin yaşamındaki seyahat kararını etki altına alan sezgisel güçler şeklinde yorumlanabilir. İtici faktörler, turistlerin gereksinimleri ve taleplerine paralel olarak gerçekleştirdikleri seyahatlerinde, ikamet ettikleri yerlerden uzaklaşmayı arzulamalarına neden olan motivasyonları tanımlamaktadır (Crompton, 1979). Oh, Uysal ve Wiever (1995) itici faktörleri, "kişileri seyahate motive eden içsel unsurlar" şeklinde tanımlama yoluna gitmiştir. Yoon ve Uysal (2005) ise itici faktörleri, kişilerin buldukları ortamdan uzaklaşmaları ve yeni destinasyonlar keşfetmeleri için onları motive eden unsurlar şeklinde tanımlama yoluna gitmiştir. Tüm bu tanımlar dikkate alındığında itici faktörler, kişileri ikamet ettikleri ortamdan başka bir ortama gitmeleri için güdüleyen, kafalarında yeni yerler görme, yeni deneyimler elde etme gereksinimleri çağrıştıran ve onları başka bir destinasyona seyahat etmeleri için motive eden unsurlar şeklinde tanımlanabilir.

Turistlerin birçok destinasyon arasından belli bir destinasyonu tercih etmesini sağlayan somut nedenlerin çekici faktörler olarak değerlendirilebilmesi mümkündür. Uysal, Li ve Sırakaya-Türk (2008) çekici faktörleri, güzel yemekler, doğal ve tarihi güzellikler, insanların bulunduğu ortamlar, rekreasyon alanları ve destinasyonun imajını da kapsayan dışsal motivasyon güçleri olarak tanımlamıştır. Crompton (1979), çekici faktörleri bireylerin yeni bir şeyler deneyimleme amacıyla başka destinasyonlara seyahatleri şeklinde belirtmiştir. Yoon ve Uysal (2005) çekici faktörlerin turistlerin gitmiş oldukları destinasyonun sahip olduğu turistik değere sahip olan unsurlar olduğunu ifade etmiştir. Bir başka tanıma göre ise çekici faktörler, destinasyonun sahip olduğu çekicilikler ve kendine özgü özellikler olarak tanımlanmıştır (Klenosky, 2002). Bunlara; mavi deniz, güneş, altın renkli kumsal, termal alanlar, doğa sporları gibi sportif aktiviteler ve kültürel değerler gibi örnekler verilebilir.

Turizm alanyazınında turistlerin seyahat motivasyonları üzerine gerçekleştirilmiş birçok çalışma bulunmaktadır. Gerçekleştirilen bu çalışmalarda destinasyonun çekici faktörleri ile turistleri motive eden itici faktörlerin belli yöntemler kullanılarak incelendiği görülmektedir (McGehee, Murphy ve Uysal, 1996; Klenosky, 2002; Yoon ve Uysal 2005; Sangpikul, 2008; Yousefi ve Marzuki, 2012). Bu çalışmalarda hem itici hem de çekici faktörler ele alınmıştır.

McGehee vd., (1996) Avustralyalı turistler üzerine gerçekleştirdikleri çalışmada itici faktörleri; "kültürel deneyim", "spor ve macera", "prestij", "aile ile birlikte olma", ve "ikamet edilen yerden kaçış" olarak saptamıştır. Çekici faktörleri ise; "boş zaman faaliyetleri", "miras ve kültür", "açık hava aktiviteleri", "dinlenme" ve "uygun fiyatlar" şeklinde saptamışlardır. Yoon ve Uysal (2005), Kuzey Kıbrıs'ta 148 turist üzerinde gerçekleştirdikleri araştırmalarında, itici faktörleri sekiz unsur altında toplamıştır. Bu unsurlar; "eğitim", "heyecan vericilik", "dinlenme", "başarma", "aile ile birlikte olma", "bulunulan ortamdan kaçış", "eğlenme ve evden uzaklaşmak" ve "gezip görmek" şeklinde ifade edilmiştir. Sangpikul (2008), Tayland'a giden turistler üzerinde gerçekleştirdiği bir araştırmada itici faktörleri üç faktör, çekici faktörleri ise dört faktör şeklinde saptamışlardır. İtici faktörler; "dinlenme", "bilgi arama", "ego tatmini", çekici faktörler ise; "aktiviteler", "kültürel ve tarihi çekicilikler", "alışveriş" ve "güvenlik ve hijyen" olarak saptanmıştır. Yousefi ve Marzuki (2012), Malezya'nın Pennang destinasyonunu ziyaret eden turistler üzerine gerçekleştirdikleri çalışmalarında, itici ve çekici faktörleri üç faktör şeklinde saptamıştır. İtici faktörler; "ego tatmini", "bilgi arama", "dinlenme", çekici faktörler ise; "çevre ve güvenlik", "kültürel ve tarihi çekicilikler" ve "turistik olanaklar" şeklinde belirtilmiştir. Turistlerin son yıllarda popülerleşen termal turizm etkinliklerine katılımlarında da rol oynayan çeşitli motivasyon faktörleri bulunmaktadır.

Turistlerin termal turizme katılımlarında ne gibi motivasyonların rol oynadığının tespit edildiği birçok çalışma bulunmaktadır (Güvenç, 2007; Mak vd., 2009; Gustavo, 2010; Ünal ve Demirel, 2011; Rancic vd., 2014; Ayaz ve Dağ, 2017; Samırkaş Komşu ve Eban, 2019; Ceylan, 2019; Brandao vd., 2021). Bu çalışmalarda turistlerin termal turizme katılımları hususunda motive eden faktörler ele alınmıştır.

Güvenç (2007), turistlerin termal turizme katılma sebeplerini üç başlık altında toplamıştır. Yazar turistlerin tercihlerinde rol oynayan bu sebepleri; termal tesislerin tatil amacıyla tercih edilmesi, termal tesislerin özellikle sağlık amacıyla tercih edilmesi ve rahatlama deneyiminin deneyimlenmesi için tercih edilmesi olarak sıralamıştır. Ceylan (2019), gerçekleştirdiği çalışmasında turistlerin termal turizm etkinliklerine katılmalarında tamamıyla sağlıklarına yönelik beklenti içinde olduklarını saptamıştır. Çılınoğlu ve Aytuğar (2021), gerçekleştirdikleri çalışmalarında turistlerin termal turizm tesislerini ağırlıklı olarak dinlenme amacıyla tercih ettiklerini tespit etmiştir. Albayrak ve Örnek (2017) de gerçekleştirdiği çalışmasında turistlerin termal tesislerde öncelikli olarak aradıkları özelliklerden birinin rahatlık olduğu sonucuna ulaşmıştır. Samırkaş Komşu ve Eban (2019) gerçekleştirdikleri çalışmalarında turistlerin termal turizm tesislerini en çok sağlık sorunlarına çare bulma amacıyla tercih ettiklerini tespit etmişlerdir.

Ayaz ve Dağ (2017: 36) termal turizmde yerli turistlerin motivasyonları üzerine yapmış oldukları araştırmada; turistlerin sırasıyla sağlık, rahatlama, bulunulan ortamdan kaçış ve prestij/eglence amacıyla seyahat ettiklerini tespit etmiştir. Ayrıca bu çalışmada, termal tesislerde ortak kullanım alanlarının hijyeni, termal suyun sıcaklığı, suyun kalitesi, tesiste temin edilen personelin niteliği, personelin kişisel hijyen kurallarına dikkati, tesiste sağlık personeli bulundurulması ve tesisin dinlenme salonlarına sahip olması gibi unsurlar turistlerin termal turizm tesislerinden öncelikli beklentileri olarak ortaya çıkarılmıştır. Ünal ve Demirel (2011: 106), Bolu ilinde gerçekleştirdiği çalışmasında müşterilerin termal turizm tesislerinden beklentilerini incelemiştir. Çalışmada elde edilen sonuçlara göre, turistler termal turizme öncelikli olarak dinlenme amacıyla katılmaktadır. Ünal ve Demirel ayrıca turistlerin termal turizm kapsamında konaklayacakları işletmeyi tercih ederken eski deneyimlerini ve yakın çevrelerindeki bireylerin tavsiyelerini dikkate aldıkları ortaya çıkarılmıştır. Elde edilen bu sonuç termal turizm tesislerinde verilen hizmet kalitesinin önemini gözler önüne sermektedir.

Gustavo (2010: 131) Portekiz’de termal turizm kapsamında seyahat eden 824 turist örnekleminde bir çalışma gerçekleştirmiştir. Çalışmada elde edilen sonuçlara göre; turistlerin %74,3’ü stresten uzaklaşma ve dinlenme amacıyla, geriye kalan %25,6’sı ise fiziksel ve mental açıdan iyileşme, gençleşme ve fiziksel açıdan çevresine iyi görünmek amacıyla termal tesisleri tercih etmektedirler. Brandao vd., (2021) gerçekleştirdikleri çalışmalarında turistlerin termal turizme katılımlarında etkisi olan motivasyon faktörlerinin sırasıyla gevşemek, psikolojik ve fiziksel açıdan rahatlama, günlük stresten uzaklaşmak ve aile ile vakit geçirmek gibi unsurlar olduğunu tespit etmiştir. Mak vd., (2009) termal turizme katılan turistlerin motivasyonlarını rahatlama arayışı, sağlığını korumak, güzelleşmek, uzmanlar vasıtasıyla şifalı suyla tedavi olma olanağı ve temizlenmek olarak sıralamıştır. Rancic vd., (2014) Solevanya’da termal otellerde gerçekleştirdikleri çalışmalarında turistlerin termal turizm motivasyonlarını sırasıyla; rekreasyon olanağı, rahatlama, yaşam kalitesini artırma, sosyal etkinliğe katılım, merak, doğal etmenleri deneyimleme, fiziksel tedavi olanağı, sağlık bilinci, zihinsel tedavi olanağı, ulaşılabilir olması, birçok etkinliği kapsamı, zahmetsiz bir şekilde elde edilebilmesi ve meditasyon olarak belirlemiştir. Konuya ilişkin yapılan önceki çalışmalar genel olarak, turistlerin termal turizm etkinliklerine katılımlarında çeşitli faktörlerin rol oynadığını göstermektedir.

Turizm etkinliklerinin çeşitlenmesiyle birlikte termal turizme ilginin her geçen gün artış göstermesi bu konu üzerine araştırma yapmayı gerektiren önemli bir unsurdur. Termal turizm kapsamında müşterilere sunulan hizmetlerin çeşitlendirilmesi ve iyileştirilmesi, müşterilerin beklentilerini artırmaktadır. Bu durum müşterilerin bundan sonraki dönemde termal turizm kapsamında aldıkları hizmete ek olarak, yeni beklentilerinin oluşmasını da beraberinde getirmektedir. Dolayısıyla turistlerin termal turizm etkinliklerine katılımlarında farklı motivasyonlar da rol oynayabilmektedir. Bu araştırmada İzmir’in Dikili ilçesinde bir termal tesiste konaklayan müşterilerin ikamet ettikleri yerlerden ayrılarak termal turizme katılmalarında etkili olan motivasyonlar araştırılmıştır. Bu araştırmanın, araştırmacılar ve termal turizm kapsamında hizmet sunan işletmeler için yol gösterici bir nitelik kazanması beklenmektedir.

2.Yöntem

Bu araştırmanın yapılabilmesi için, 2021-YÖNP-0508 numaralı proje için Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler ve Eğitim Bilimleri Etik Kurulu’na başvurulmuştur. Yapılan başvurunun sonucunda, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler ve Eğitim Bilimleri Etik Kurulu’nun 17.06.2021 tarihinde gerçekleştirdiği toplantısında 11/06 numaralı karar ile bu çalışmaya ilişkin, “araştırmanın

bilimsel araştırmalar etik kurul ilkelerine uygundur” araştırma değerlendirme sonuç raporu ilgili kuruldandan alınmıştır.

Bu araştırma termal turizm faaliyetlerine katılma amacıyla diğer destinasyonlara seyahat eden ve bu şekilde turizm olayını gerçekleştiren turistler üzerine gerçekleştirilmiştir. Bu araştırmada, termal turizm kapsamındaki turizm etkinliklerine katılma amacıyla turistlerin diğer bir destinasyona seyahat etmelerinde çekici ve itici motivasyonların belirlenmesi amaçlanmaktadır. Araştırmada 14 turiste dört adet araştırma sorusu yneltirmiştir. Araştırma soruları termal otelden hizmet alan turistlere yüz yüze görüşülerek sorulmuştur. Araştırmanın evrenini, Türkiye’deki termal turizm etkinliklerine katılmak için ikamet ettikleri yerden farklı bir destinasyona seyahat eden yerli turistler oluşturmaktadır. Araştırmanın rneklemine ise, İzmir’in Dikili ilçesinde faaliyetlerini yürüten bir termal turizm tesisinde konaklayan 14 yerli turist oluşturmaktadır. Araştırmanın rneklemine oluşturan müşteriler kota örnekleme yöntemine başvurularak, Dikili’de faaliyet yürüten ve termal kaynaklara sahip olan bir konaklama işletmesinde konaklayan müşteriler arasından seçilmiştir. Örnekleme dahil edilen müşteriler, araştırmanın amacı doğrultusunda bilhassa şehir dışından (en az 50 km mesafeden) gelen müşterilerden seçilmiştir. Bu araştırma 18.06.2021 ile 29.06.2021 tarihleri arasında İzmir’in Dikili ilçesinde faaliyet yürüten bir termal turizm tesisinde konaklayan 18 yaşından büyük 14 yerli turistle sınırlandırılmıştır.

Bu araştırma, nitel araştırma desenlerinden fenomenolojik yaklaşımla yrtlmştir. Fenomenolojik yaklaşım yoğun insan deneyimlerini çalışmak için uygun bir yaklaşımdır (Merriam, 2013). Bu yaklaşım, insanların farkında olduğu ancak derinlemesine bir anlayışa sahip olmadığı olgulara odaklanmaktadır (Yıldırım ve şimşek, 2008). Bu araştırmada turistlerin termal turizm hizmeti alma motivasyonu gerçekleştirdikleri turizm hareketlerinde çekici ve itici faktörler derinlemesine incelenmiştir.

Araştırmanın verileri yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılarak katılımcılarla yüz yüze görüşülerek toplanmıştır. Görüşme soruları hazırlanırken alanında uzman akademisyenlerden görüş alınmıştır. Bu görüşler doğrultusunda ortaya çıkarılan yarı yapılandırılmış görüşme formu vasıtasıyla çalışma grubu dışından termal turizm faaliyetlerine katılan bir birey ile n görüşme yapılmıştır. Daha sonra deneme görüşmesi metne dönüştürülerek, araştırmacılar ile akademisyenler bu görüşme sorularını tartışmışlardır. Bu tartışma sonucunda yarı yapılandırılmış görüşme formundaki sorulara son şekli verilmiştir. Araştırma soruları oluşturulurken Kocabulut’un (2016) ve etinkaya vd. (2019) daha önce gerçekleştirdiği çalışmalarında kullandıkları görüşme sorularından ve uzman görüşünden yararlanılarak hazırlanmıştır. Araştırmanın amacı doğrultusunda katılımcılara yöneltilen açık uçlu sorular şunlardır:

- Termal turizm etkinliklerine katılma sebepleriniz nelerdir?
- Çeşitli turizm etkinlikleri arasından termal turizm etkinliklerini tercih etmenizden nedenleri nelerdir? Termal turizm tesislerinde sizi cezbeden ne gibi faktörler bulunmaktadır?
- Termal turizm etkinliklerini tercih etmenizden sizi motive eden faktörler nelerdir? Sizi bulunduğunuz yerden uzaklaştırıp, termal turizm tesislerini tercih etmeniz için cesaretlendiren faktörler nelerdir?
- Termal turizm kapsamında aldığınız hizmet sizi nasıl hissettiriyor?

Araştırma sorularının tamamı müşterilere yüz yüze sorulmuştur. Termal turizm etkinliklerine katılma amacıyla bir destinasyondan farklı bir destinasyona seyahat eden turistlerle gerçekleştirilen görüşmeler 10 ile 15 dakika arasında gerçekleştirilmiştir. Görüşmelerde katılımcıların araştırma sorularına verdikleri cevaplar metne dnştrlmştir. Araştırmanın geçerlik ve güvenilirliği açısından elde edilen metinler görüşme yapılan turistlere gösterilerek katılımcıların onayı alınmıştır. Bulgular ortaya konulurken katılımcıların isimleri gizli tutulmuş ve her katılımcıya birer kod verilmiştir (T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14). Araştırma için toplanan veriler içerik analizi ve betimsel analiz yöntemleriyle zmlenerek ham veriler kodlara çevrilmiş ve tablolarda her kodun görülme sıklığına yer verilerek bulgular paylaşılmıştır.

Bu araştırmada i geçerlik ve dış geçerlik, uzman görüşünden yararlanılarak sağlanmıştır. İ güvenirlik ve dış güvenirlik ise, toplanan veriler yeniden analiz edilip aynı sonuçlar bulunarak sağlanmıştır. Araştırmada elde edilen bulguların tamamı herhangi bir yorum ve herhangi bir genelleme yapılmadan doğrudan okuyucuya sunulmuştur. Araştırmada edinilen veriler, değerlendirildikten sonra ayrı ayrı kodlanmıştır. Tüm kodlamalar arasında genel olarak görüş birliği sağlanmıştır. Araştırmanın her aşaması yöntem bölümünde ayrıntılı bir şekilde betimlenerek güvenirlik sağlanmıştır.

3.Bulgular

Araştırmanın ilk sorusu, turistlerin neden termal turizm etkinliklerine katılma ihtiyacı hissettiklerine ilişkindir. “Termal turizm etkinliklerine katılma sebepleriniz nelerdir?” sorusuna katılımcıların verdikleri cevaplardan oluşan kod listesi Tablo 1’de verilmiştir. Tablo 1’de açığa çıkan kod listesinde her turist için birden fazla kod ortaya çıkabilmektedir.

Tablo 1. Turistlerin Termal Turizm Kapsamındaki Turistik Etkinliklere Katılma Sebepleri

Kod	Frekans (f)
Sağlığı koruma	14
Rahatlama ihtiyacı	10
Kas ağrılarını önleme	9
Hastalıklara karşı önlem alma	8
Mutlu olma	7
Ailece vakit geçirme olanağı	6
Vücuda zindelik kazandırma	5
Sıcak sudan faydalanma	4
Eğlenme olanağı	2
Temizlenme olanağı	1

Tablo 1’de görüldüğü gibi katılımcılar termal turizm kapsamındaki turistik etkilere en çok sağlığı koruma amacıyla katılmaktadırlar. Araştırma verilerine bakıldığında katılımcılar pek çok sebeple termal turizm kapsamındaki turistik etkinliklere katılmaktadırlar. Örneğin katılımcılardan biri (T2) “*Vücudumu zinde hale getirmek için termal turizm etkinliklerine katılıyorum*” Yine katılımcılardan biri (T3) “*Sağlığıma kavuşmak için termal turizm etkinliklerine katılmayı tercih ediyorum.*” Bir diğer katılımcı (T6) “*Sıcak sudan faydalanmak için termal kaynakları olan tesislere gidiyorum.*” demiştir. Başka bir katılımcı (T4) “*Üzerimdeki stresi atmak için termal tesisleri ziyaret ediyorum.*” İfadelerini kullanarak termal turizm etkinliklerine katılma sebeplerini ifade etmişlerdir. Bu ifadelere bakıldığında katılımcıların termal turizm tesislerini tercih etmelerinin birçok sebebinin olduğu görülmüştür. Bu sebeplerden en etkili olanların sırasıyla sağlığı koruma, rahatlama ihtiyacı, kas ağrılarını önleme, hastalıklara karşı önlem alma, mutlu olma, aile ile vakit geçirme olanağı, sahip olunan vücudu zinde hale getirme, sıcak sudan faydalanma, eğlenme olanağı ve temizlenme olanağı olduğu görülmektedir. Bu sebepler arasından sağlığı koruma ihtiyacının ön plana çıkması, katılımcıların termal turizm tesislerinde onlara sunulan sıcak su ortamlarının şifa sağlayıcı etkisinden yararlanmak istemeleriyle açıklanabilir. Ayaz ve Dağ (2017) da çalışmalarında sağlığı koruma isteğinin turistlerin termal turizme katılımlarında etkili olan önemli sebepler arasında olduğunu tespit etmiştir.

Araştırmanın ikinci sorusu turistlerin çeşitli turizm etkinliklerine katılma seçenekleri varken, neden termal turizm etkinliğini tercih etmelerine ilişkindir. “Çeşitli turizm etkinlikleri arasından termal turizm etkinliklerini tercih etmenizin nedenleri nelerdir? Termal turizm tesislerinde sizi cezbeden ne gibi faktörler bulunmaktadır?” sorularına katılımcıların verdikleri cevaplardan oluşan kod listesi Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2. Turistlerin Termal Turizm Etkinliklerine Katılmalarında Rol Oynayan Çekici Faktörler

Kod	Frekans (f)
Termal havuz	12
Masaj hizmeti alma olanağı	10
Hamam	9
Sauna	8
Çamur banyosu olanağı	7
Masaj havuzu	5
Aile ortamı	3
Hijyen ortamı	3
Tarihi doku	2
Doğal unsurlar	1

Tablo 2’de görüldüğü gibi termal turizm etkinlikleri katılımcılara en çok termal havuza girme olanağı sunmasıyla çekici gelmektedir. Araştırmada toplanan veriye bakıldığında katılımcıların termal turizm tesislerine yönlendiren bunun gibi pek çok çekici faktör bulunmaktadır. Örneğin katılımcılardan biri (T9) “*Güneşin batışı eşliğinde termal havuzda deneyimlediğim sıcak su keyfi çok başkaydı*” demiştir. Yine katılımcılardan biri (T7) “*Termal tesislerde çamur banyosu yapmanın hazzı anlatılamaz derecede iyiydi*” demiştir. Bir diğer katılımcı (T13) “*Tesislerde hamam bulunması benim için çok özel bir husustur. Çünkü ben hamamda yıkanarak*

temizlenmeyi çok seviyorum” ifadelerini kullanarak neden termal turizm tesislerini tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Müşterilerin termal turizm etkinliklerine katılmalarında rol oynayan başlıca çekici faktörlerin sırasıyla termal havuz, masaj hizmeti alma olanağı, hamam, sauna, çamur banyosu olanağı, masaj havuzu, aile ortamı, hijyen ortamı, tarihi doku ve doğal unsurlar olduğu görülmektedir. Termal turizm etkinliklerinde müşterilere en çekici gelen unsurun termal havuz olması, termal havuzun müşterilerin gözeneklerinin açılmasını sağlayarak rahatlamalarını sağlamasına bağlanabilir. Brandao vd., (2021) de gerçekleştirdikleri çalışmalarında termal havuzun, turistlerin termal turizme katılmalarında etkisi olan çekici faktörlerden biri olduğunu saptamıştır.

Araştırmanın üçüncü sorusu turistlerin termal turizm etkinliklerine onları motive eden unsurlara ilişkindir. “Termal turizm etkinliklerini tercih etmeniz sizi motive eden faktörler nelerdir? Sizi bulduğunuz yerden uzaklaştırıp, termal turizm tesislerini tercih etmeniz için cesaretlendiren faktörler nelerdir?” sorusuna katılımcıların verdikleri cevaplardan oluşan kod listesi Tablo 3’te verilmiştir.

Tablo 3. Turistlerin Termal Turizm Etkinliklerine Katılmalarında Rol Oynayan İtici Faktörler

Kod	Frekans (f)
Rahatlama ihtiyacı	13
Termal kaynaklardan yararlanma	12
Kas ağrılarını dindirme amacı	11
Sağlığı koruma	9
Aile ile vakit geçirme olanağı	7
Yoğun iş koşullarından uzaklaşma	6
Saunada toksinleri atma	5
Hamamda keselenme olanağı	4
Termal havuz keyfi	3
Termal tesisin çevresindeki doğa ortamı	2

Tablo 3’te görüldüğü gibi katılımcıları termal turizm etkinliklerine katılmalarında en çok motive eden unsurun rahatlama ihtiyacı olduğu tespit edilmiştir. Araştırmada toplanan veriye bakıldığında katılımcıları termal turizm hizmeti almaya motive eden bunun gibi pek çok itici faktör bulunmaktadır. Örneğin katılımcılardan biri (T3) “*Kas ağrılarımın geçmesini umduğum için termal turizm tesislerinde konaklıyorum. Termal tesislerde termal kaynaklardan faydalanabiliyorum. Bu olanaklar beni cezbediyor*” demiştir. Yine katılımcılardan biri (T5) “*Sıcak su havuzuna girmek beni her zaman rahatlatmıştır. Sıcak su sayesinde gözeneklerimin açıldığını hissediyorum. Bu deneyimin sağlığı korumak için avantaj sağlayacağını düşünüyorum*” demiştir. Bir diğer katılımcı (T14) “*Termal tesisler aslında benim için bir bahanedir. Termal tesislerin sağlığı korumak için birçok etmeni barındırdığını bilmemin yanında yoğun iş temposundan uzaklaşmam için iyi bir seçenek olarak düşünüyorum.*” ifadelerini kullanarak neden termal turizm tesislerini tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Müşterilerin termal turizm etkinliklerine katılmalarında rol oynayan başlıca itici faktörlerin rahatlama ihtiyacı, termal kaynaklardan yararlanma, kas ağrılarını dindirme amacı, sağlığı koruma, aile ile vakit geçirme olanağı, yoğun iş koşullarından uzaklaşma, saunada toksinleri atma, hamamda keselenme olanağı, termal havuz keyfi ve termal tesisin çevresindeki doğa ortamı olduğu görülmektedir. Müşterileri termal turizm tesislerine iten başlıca unsurun rahatlama ihtiyacını gidermesi olarak açığa çıkmıştır. Bu bulgu termal turizm etkinliklerinin sağlık turizmi kapsamında değerlendirilmesinin yanı sıra, önemli bir rekreasyon etkinliği olmasıyla açıklanabilir. Mak vd., (2009) de gerçekleştirdikleri çalışmalarında turistlerin yoğunlaşan iş koşullarından kaçarak rahatlama arayışıyla termal turizme katıldıklarını tespit etmiştir.

Araştırmanın dördüncü sorusu turistlerin termal turizm hizmetlerini deneyimledikten sonra aldıkları hizmeti değerlendirmelerine ilişkindir. “Termal turizm kapsamında aldığımız hizmet sizi nasıl hissettiriyor?” sorusuna katılımcıların verdikleri cevaplardan oluşan kod listesi Tablo 4’te verilmiştir.

Tablo 4. Turistlerin Termal Turizm Kapsamında Aldıkları Hizmete İlişkin Değerlendirmeleri

Kod	Frekans (f)
Sağlıklı hissettirici	11
Rahatlatıcı	10
Huzur verici	9
Zindelik sağlayıcı	8
Kas ağrılarını hafifletici	7
Mutlu edici	7
Cildi yumuşatıcı	6

Vücut direncini artırıcı	4
Dinlendirici	2

Tablo 4’te görüldüğü gibi katılımcıların termal turizm kapsamında aldıkları hizmetten sonra ağırlıklı olarak kendilerini sağlıklı hissettikleri tespit edilmiştir. Araştırmada toplanan veriye bakıldığında katılımcıların termal turizm kapsamında aldıkları hizmete ilişkin çeşitli değerlendirmeleri mevcuttur. Örneğin katılımcılardan biri (T11) “Termal kaynaklara sahip olan turizm tesislerine gittiğimde rahatladığımı hissediyorum. Bu his sayesinde sürekli bir şekilde termal tesisleri ziyaret ediyorum” demiştir. Yine katılımcılardan biri (T8) “*Termal zenginlikleri olan turizm işletmeleri bana huzur veriyor. Özellikle işimden kaynaklı yoğun stresten kurtulmamı sağlıyor. Genel olarak termal tesislere ailemle beraber gitmeyi tercih ettiğim için onlarla daha fazla beraber zaman geçirme fırsatı bulmam bana huzur veriyor*” demiştir. Bir diğer katılımcı (T10) “*Belli zaman dilimlerinde termal kaynakları olan işletmelerde konaklamaya özen gösteriyorum. Çünkü termal havuz, sauna ve hamam beni mutlu ediyor. Geleceğe daha güvenli bakmamı sağlıyor. Ayrıca bedenem ve ruhen dinlendirici bir etkisi var.*” ifadelerini kullanarak termal turizm kapsamındaki deneyimlerinden sonraki duygularını paylaşmışlardır. Müşteriler deneyimledikten sonra termal turizm etkinliklerini sağlıklı hissettirici, rahatlatıcı, huzur verici, zindelik sağlayıcı, kas ağrılarını azaltıcı, mutlu edici, cildi yumuşatıcı, vücut direncini artırıcı ve dinlendirici olarak değerlendirmişlerdir. Termal turizm etkinliklerinin müşterilere en çok kendilerini sağlıklı hissettirmesi, termal turizm etkinliklerinin sağlık turizmi kapsamında gerçekleştirilmesine bağlanabilir. Termal turizm kapsamındaki deneyimler turistlere kendini sağlıklı hissettirme dışında çeşitli farklı hazlar da sağlayabilmektedir. Buna paralel olarak birçok çalışmada turistlerin; sağlıklı hissetmenin yanında, rahatlamak, zindelik kazanmak, mutlu olmak ve dinlenmek gibi farklı amaçlarla termal turizme katıldıklarına değinilmiştir (Rancic vd., 2014; Ayaz ve Dağ, 2017; Samırkaş Komşu ve Eban, 2019; Ceylan, 2019; Brandao vd., 2021).

4.Sonuç ve Öneriler

Bireyler çeşitli amaçlar doğrultusunda ikamet ettikleri yerlerden diğer destinasyonlara seyahat ederek turizm hareketini meydana getirmektedirler. Bu doğrultuda, turistlerin seyahatlerinde motivasyon kaynaklarının önemli rol oynadığı öne sürülebilir. Bireylerin belli amaçlar doğrultusunda termal kaynaklardan yararlanmak için bu kaynaklara sahip olan turizm tesislerine seyahatleri de bu motivasyonlara örnektir. Bu araştırmada, İzmir’in Dikili İlçesinde faaliyetlerini yürüten bir termal turizm tesisi mercek altına alınarak, bireylerin termal turizm etkinliklerine katılmak için diğer bir destinasyona seyahat etmelerini sağlayan çekici ve itici faktörler açığa çıkarılmaya çalışılmıştır.

Bu araştırmada öncelikle termal turizm kapsamındaki turistik etkinliklerine katılım sağlamak için başka destinasyona seyahat eden turistlerin bu etkinliklere katılma sebepleri açığa çıkarılmıştır. Turistlerin ağırlıklı olarak sağlıklarını koruma sebebiyle termal turizm tesislerini tercih ettikleri belirlenmiştir. Ceylan (2019) gerçekleştirdiği çalışmasında turistlerin termal turizm etkinliklerine katılmalarında tamamıyla sağlıklarına yönelik beklenti içinde olduklarını saptamıştır. Dolayısıyla Ceylan’ın çalışmasında elde edilen bu sonuç araştırmada elde edilen sonucu doğrular niteliktedir. Çalışmada turistlerin “sağlığını koruma” sebebinden sonra sırasıyla “rahatlama ihtiyacı”, “kas ağrılarını önleme”, “hastalıklara karşı önlem alma”, “mutlu olma”, “ailece vakit geçirme olanağı”, “vücuda zindelik kazandırma”, “sıcak sudan faydalanma”, “eğlenme olanağı” ve “temizlenme olanağı” sebepleriyle termal turizm tesislerini tercih ettikleri tespit edilmiştir.

Araştırmada turistlerin termal turizm etkinliklerine katılmalarında rol oynayan çekici faktörler de tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu doğrultuda, turistlerin termal tesisleri tercih etmelerinde en etkili olan çekici unsurun “termal havuz” olduğu belirlenmiştir. Çılğınoğlu ve Aytuğar (2021), gerçekleştirdikleri çalışmalarında turistlerin termal turizm tesislerini ağırlıklı olarak dinlenme amacıyla tercih ettiklerini tespit etmişlerdir. Termal havuzun dinlendirici etkisiyle ön plana çıktığı göz önünde bulundurulursa, bu çalışmadaki sonucun desteklendiği söylenebilir. Turistlerin termal tesisleri tercih etmelerinde en etkili olan unsur olan “termal havuz”dan sonra sırasıyla “masaj hizmeti alma olanağı”, “hamam”, “sauna”, “çamur banyosu olanağı”, “masaj havuzu”, “aile ortamı”, “hijyen ortamı”, “tarihi doku” ve “doğal unsurlar” da turistlerin termal tesisleri tercih etmelerinde etkisi olduğu tespit edilen diğer çekici faktörlerdir.

Araştırmada tespit edilmeye çalışılan bir konu da turistlerin termal turizm etkinliklerine katılmalarında rol oynayan itici faktörlerdir. Bu doğrultuda gerçekleştirilen analiz neticesinde, buldukları yerlerden uzaklaştırarak turistlerin termal tesisleri tercihlerinde onları motive etmede en etkili olan itici unsurun “rahatlama ihtiyacı” olduğu saptanmıştır. Albayrak ve Örnek (2017) de gerçekleştirdiği çalışmasında turistlerin termal tesislerde öncelikli olarak aradıkları özelliklerden birinin rahatlık olduğu sonucuna

ulaşmışlardır. Böylece Albayrak ve Örnek'in elde ettiği sonucun araştırmada elde edilen sonucu desteklediği söylenebilir. Turistleri buldukları yerden uzaklaştırıp termal tesislere gitmeye en fazla motive eden unsur olan "rahatlama ihtiyacı"ndan sonra "termal kaynaklardan yararlanma", kas ağrılarını dindirme amacı", "sağlığı koruma", "aile ile vakit geçirme olanağı", "yoğun iş koşullarından uzaklaşma", "saunada toksinleri atma olanağı", "hamamda keselenme olanağı", "termal havuz keyfi" ve "termal tesisin çevresindeki doğa ortamı"nın turistleri termal turizm tesislerine iten diğer itici faktörler olduğu tespit edilmiştir.

Son olarak, araştırmada tespit edilmeye çalışılan diğer bir konu da turistlerin termal turizm kapsamındaki deneyimleri sonrasındaki değerlendirmeleridir. Gerçekleştirilen analizler neticesinde turistlerin termal turizm kapsamında aldıkları hizmeti ağırlıklı olarak "sağlıklı hissettirici" olarak değerlendirdikleri saptanmıştır. Samırkaş Komşu ve Eban (2019) gerçekleştirdikleri çalışmalarında turistlerin termal turizm tesislerini en çok sağlık sorunlarına çare bulma amacıyla tercih ettiklerini tespit etmişlerdir. Dolayısıyla Komşu ve Eban'ın elde ettiği bu sonucun araştırmada elde edilen bu sonuca paralel olduğundan söz edilebilir. Turistlerin termal turizm deneyimlerini "sağlıklı hissettirici" bulmalarından sonra sırasıyla "rahatlatıcı", "huzur verici", "zindelik sağlayıcı", "kas ağrılarını hafifletici", "mutlu edici", "cildi yumuşatıcı", "vücut direncini artırıcı" ve "dinlendirici" olarak değerlendirdikleri tespit edilmiştir.

Bu araştırmada açığa çıkan sonuçlarla birlikte, termal turizm tesisleri yöneticilerine ve araştırmacılara bazı öneriler sunulmuştur. Bu öneriler maddeler halinde şu şekildedir:

- Araştırmada turistlerin termal turizme en çok sağlıklarını koruma sebebiyle katıldıkları tespit edilmiştir. Buna ek olarak; termal havuz, masaj hizmeti alma olanağı, hamam ve sauna gibi termal tesislerde sunulan olanaklar turistlerin termal turizm etkinliklerini tercihlerinde öne çıkan çekici faktörlerin başında gelmektedir. Bu doğrultuda termal turizm tesislerinin sahip olduğu termal havuz, masaj salonu, hamam ve saunalarda hijyen ve sanitasyonun sağlanması için düzenli bir şekilde denetlemeler yapmaları önerilebilir.
- Araştırmada müşterilerin termal turizme katılmalarında en çok öne çıkan itici faktörün rahatlama ihtiyacı olduğu tespit edilmiştir. Bu doğrultuda, termal turizm tesislerinde müşterilerin rahatlaması için masaj veya kese köpük hizmeti gibi hizmetleri sağlayan personellerin özenle seçilmesi ve bu konunun uzmanları tarafından bu gibi hizmetleri sağlayan çalışanlara düzenli eğitimler verilmesi önerilebilir.
- Termal tesislerde müşteri ilişkileri personelleri temin edilerek, müşterilere tesislerden çıkış işlemleri aşamasında aldıkları hizmete ilişkin değerlendirme anketleri uygulanabilir. Uygulanan anketler vasıtasıyla edinilen veriler doğrultusunda yeni stratejiler geliştirilebilir.
- Araştırmacılara bundan sonraki çalışmalarında alanyazını çeşitlendirme adına, müşterilerin termal turizm dışındaki diğer turizm çeşitlerine (medikal turizm, ileri yaş, engelli turizmi vs.) katılımlarında etkisi olan motivasyon faktörlerini belirlemeleri tavsiye edilebilir.

Kaynakça

- Albayrak, A. ve Örnek, E. (2017). Müşterilerin Yalova-Armutlu'da yer alan termal tesislerden memnuniyet düzeyi ve tekrar ziyaret niyetleri. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 62, 295-315.
- Ayaz, N. ve Dağ, H. (2017). Termal turizmde yerli turistlerin seyahat motifleri ve hizmet beklentileri. *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 2, 36-43.
- Brandao, F., Liberato, D., Teixeira, A.S. ve Liberato, P. (2021). Motivations to the practice of thermal tourism: The case of north and centre of Portugal. *Preprints*, 2021, 2021070001.
- Ceylan, U. (2019). Termal konaklama işletmelerinin tercih edilmelerinde etkili olan faktörler: Kütahya ilinde bir araştırma. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21, 181-197.
- Correia, A., do Valle, P. ve Moço, C. (2007). Why people travel to exotic places. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 1(1), 45-61.
- Crompton, J. L. (1979). Motivations for pleasure travel. *Annual of Tourism Research*, 6, 408-424.
- Çetinkaya, G., Kaplan, M. ve Ömüriş, E. (2019). Golf turizm motivasyonlarının incelenmesi Antalya-Belek destinasyonu üzerine nitel bir çalışma. *Journal of Yaşar University*, 14(53), 42-55.

- Çılınnoğlu, H. ve Aytuğar, S. (2021). Termal turizm işletmelerinde sağlık beklentileri ve muişteri memnuniyeti: Bolu orneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 1088-1102.
- Dann, M. S. G. (1977). Tourist motivation an appraisal. *Annals of Tourism Research*, 8(2), 187-219.
- Dereli, N. ve Temizkan, R. (2019). Bolu'nun termal turizm potansiyeli ve termal turist profili. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(2), 321-347.
- Devesa, M., Laguna, M. ve Palacios, A. (2010). The Role of motivation in visitor satisfaction: Empirical evidence in rural tourism. *Tourism Management*, 31(4), 547-552.
- Gustavo, N. S. (2010). A 21st-century approach to health tourism spas: the case of Portugal. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 17(1), 127-135.
- Güvenç, C. (2007). *Türkiye'deki termal turizm tesislerinin planlama ve tasarım ilkelerine ilişkin bir model önerisi (Çanakkale orneği)* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Juaneda, C. (1996). Estimating the probability of return visits using a survey of tourist expenditure in the Balearic Islands. *Tourism Economics*, 2(4), 339-352.
- Kim, S. S., Lee, C. K. ve Klenosky, D. B. (2003). The influence of push and pull factors at Korean National Parks. *Tourism Management*, 24(2), 169-180.
- Klenosky, D. B. (2002). The pull of tourism destinastions: A means-end investigation. *Journal of Travel Research*, 40, 385-395.
- Kocabulut, Ö. (2016). Akademisyenlerin uluslararası kongre katılım motivasyonlarının tespiti. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14(1), 48-58.
- Kozak, M. ve Rimmington, M. (2000). Tourist satisfaction with Mallorca, Spain, as an off-season holiday destination. *Journal of Travel Research*, 38(3), 260-269.
- Mak, A. H., Wong, K. K. ve Chang, R. C. (2009). Health or self-indulgence? The motivations and characteristics of spa-goers. *International Journal of Tourism Research*, 11(2), 185–199.
- Mcgehee, G. N., Murphy, L. L. ve Uysal, M. (1996). The Australian international pleasure travel market: Motivations from a gendered perspective. *The Journal of Tourism Studies*, 7(1), 45-57.
- Oh, C. H., Uysal, M. ve Weaver, A. P. (1995). Product bundles and market segments based on travel motivations: A canonical correlation approach. *Int. J. Hospitality Management*, 14(2), 123-137.
- Ova, Ö. P., Biçer E. B. ve Yurcu G. (2019). Yaşlılarda termal sağlık turizmi hizmet algısı: Sivas ili orneği. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 10(1), 140-153.
- Öcal, T. (2011). Niğde'de planlanan termal turizm kaynaklarına bir ornek; Nargöl. *Marmara Coğrafya Dergisi*, 24, 287-311.
- Özsarı, H. S. ve Karatana, Ö. (2013). Sağlık turizmi açasından Türkiye'nin durumu. *J Kartal TR*, 24(2), 136-144.
- Pırnar, İ. (2008). *Turizm çeşitlendirmesi kapsamında İzmir'de termal turizmin tedavi amaçlı kullanımı ve ekonomik değeri* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Rancic, M., Pavic, L. ve Mijatov, M. (2014). Wellness centers in Slovenia: Tourists' profiles and motivational factors. *TURIZAM*, 18(2), 72-83.
- Reisman D. (2010). *Health tourism: social welfare through international trade*. Massachusetts: Edward Elgar Publishing Limited.
- Ross, E. L. D. ve Iso-Ahola, S. E. (1991). Sightseeing tourists' motivation and satisfaction. *Annals of Tourism Research*, 18(2), 226-237.
- Samırkaş Komşu, M. ve Eban, F. (2019). Kahramanmaraş Ilıca Kaplıcaları'nın termal turizm potansiyeli açasından değerlendirilmesi. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, IV. Uluslararası Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu Özel Sayısı, 653-671.

- Sandıkçı, M. (2008). *Termal turizm işletmelerinde sağlık beklentileri ve müşteri memnuniyeti* (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyon.
- Sangpikul, A. (2008). Travel motivations of Japanese senior travellers to Thailand. *International Journal of Tourism Research*, 10(1), 81-94.
- Uysal, M., Li, X. ve Sirakaya-Turk, E. (2008). *Handbook of hospitality. Marketing management*. Oxford: Elsevier.
- Ünal, A. ve Demirel, G. (2011). Sağlık turizmi işletmelerinden yararlanan müşterilerin beklentilerinin belirlenmesine yönelik Bolu ilinde bir araştırma. *Electronic Journal of Vocational College*, 1(1), 106-115.
- World Health Organization (2019). *How do we define quality of care*. Erişim Tarihi: 01.10.2021, https://www.who.int/maternal_child_adolescent/topics/quality-of-care/definition/en/.
- Yoon, Y. ve Uysal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: A structural model. *Tourism Management*, 26(1), 45-56.
- Yousefi, M. ve Marzuki, A. (2012). Travel motivations and the influential factors: The case of Penang, Malaysia. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 23(2), 169-176.