

**T.C.**  
**BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**TURİZM İŞLETMECİLİĞİ VE OTELCİLİK ANABİLİM DALI**

**TERMAL TURİZM GİRİŞİMCİLİĞİ ÜZERİNE BİR**  
**ARAŞTIRMA BALIKESİR ÖRNEĞİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Gamze ÇİFTÇİ**

**Balıkesir, 2018**

**T.C.**  
**BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**TURİZM İŞLETMECİLİĞİ VE OTELCİLİK ANABİLİM DALI**

**TERMAL TURİZM GİRİŞİMCİLİĞİ ÜZERİNE BİR**  
**ARAŞTIRMA BALIKESİR ÖRNEĞİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Gamze ÇİFTÇİ**

**Tez Danışmanı**

**Doç. Dr. Burhan AYDEMİR**

**Balıkesir, 2018**

**T.C.**  
**BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**TEZ ONAYI**

Enstitümüzün Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı'nda 201412501027 numaralı Gamze ÇİFTÇİ'nin hazırladığı "**Termal Turizm Girişimciliği Üzerine Bir Araştırma Balıkesir Örneği**" konulu YÜKSEK LİSANS tezi ile ilgili TEZ SAVUNMA SINAVI, Lisansüstü Eğitim Öğretim ve Sınav Yönetmeliği uyarınca 06.02.2018 tarihinde yapılmış, sorulan sorulara alınan cevaplar sonunda tezin onayına ~~OY BİRLİĞİ~~ ~~ÇOKLUĞU~~ ile karar verilmiştir.

Başkan (Danışman): Doç. Dr. Burhan AYDEMİR

Üye : Prof. Doç. Dr. Cevdet AVCIKURT

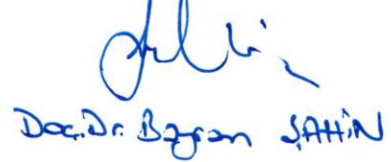
Üye : Yrd. Doç. Dr. Bilal DEVECİ



Yukarıdaki imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduklarını onaylarım.

06/02/2018

Enstitü Müdürü v.



Doç. Dr. Baysan ŞAHİN

**Bu tez çalışması Balıkesir Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri  
Koordinasyon Birimi tarafından 2016-01/166 nolu proje ile desteklenmiştir.**



## ÖNSÖZ

Termal sular, insanların çok eski zamanlardan beri şifa kaynağı olarak kullandığı sulardır. Zamanla bu suların günümüz yaşamına uyum sağlayacak şekilde modern tesislerde uzman kişilerce bilinçli ve kontrollü olarak hizmete sunulması bu suların önemini daha da arttırmıştır. Bazı ülkelerde bu sistem tüketici ihtiyaçlarına göre şekillenip düzene girmişken bazı ülkeler bu talebi tam anlamıyla arza dönüştürememektedir. Türkiye de bu ülkelerden birisidir. Türkiye termal zenginliği olan bir ülke olmasına karşın sınırlı sayıda nitelikli termal tesise sahiptir. Balıkesir için de benzer değerlendirmeyi yapabiliriz.

Çalışmada, derinlemesine görüşme tekniği kullanılarak 3 girişimci ile görüşmüş ve Balıkesir’de faaliyet gösteren termal turizm girişimcilerinin durumu araştırılmıştır.

Bu çalışma sürecinde bana yol gösteren bilgi ve araştırmalarıyla daha iyisini ortaya çıkarmaya çalışan, yavaş olsa da emin adımlarla ilerlemem gerektiğini söyleyen, umutsuzluğa kapıldığım zamanlar da sabretmem gerektiğini söyleyip sonucun güzelliği ile beni motive eden, her adımda yanımda olan Sayın Hocam Doç. Dr. Burhan AYDEMİR’ e teşekkürlerimi sunmayı bir borç bilirim.

Yine bu süreçte, öğrencisi olmakla büyük gurur duyduğum, okula başladığım günden itibaren kendilerinden çok şey öğrendiğim, herhangi bir sorun ve sorumu hiçbir zaman yanıtsız bırakmayan bir aile üyesi gibi her zaman arkamızda olan ve olmaya devam eden hocalarımdan başta Prof. Doç. Dr. Cevdet AVCIKURT’ a ve emeği geçen tüm BTİÖYO ailesine teşekkürlerimi sunmayı bir borç bilirim.

Araştırma sürecinde veri toplamamda bana vakit ayırıp yardımcı olan, bilgi ve tecrübelerini benimle paylaşan sıkılmadan detaylı bir şekilde sorularımı cevaplayan termal turizm girişimcilerine teşekkür ederim.

Son olarak tüm okul hayatım boyunca bana güvenen, her adımda destekleyen ve bana gerçekten inanan, her adımda eksikliğini hissettirmeyen başta anne ve babam olmak üzere tüm aileme çok teşekkür ediyorum. Ailemden biri gibi olan, başaracağıma inanan, ümitsizlik anında umutlarım olan, yarınlarımda olmasını istediğim arkadaşlarımla hepsine ayrı ayrı çok ama çok teşekkür ediyorum.

**Gamze ÇİFTÇİ**

## ÖZET

### TERMAL TURİZM GİRİŞİMCİLİĞİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA BALIKESİR ÖRNEĞİ

**ÇİFTÇİ, Gamze**

**Yüksek Lisans, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı**

**Tez Danışmanı: Doç. Dr. Burhan AYDEMİR**

**2018, 105 Sayfa**

Bu çalışma, Balıkesir’de ki termal turizm girişimcilerinin, yeterli sayıda ve kalitede kaynak zenginliğine rağmen bu zenginliği yatırıma dönüştürmedeki yetersizliği dikkate alınarak, termal girişimcilerin bu alanla ilgili sorunlarını, sektöre bakış açılarını öğrenmek amacıyla yapılmıştır. Bu amaca ulaşabilmek için termal turizm ve girişimcilik konularıyla ayrıntılı bir literatür çalışması yapıldıktan sonra nitel araştırma yöntemi çerçevesinde durum (örnek olay) çalışması yapılmıştır. Bu çalışmada araştırmannın örneklemini Balıkesir’de faaliyet gösteren 3 termal turizm girişimcisi oluşturmaktadır. Bu girişimcilerle yüz yüze görüşme tekniği kullanılarak daha önceden hazırlanmış yarı yapılandırılmış anket sorularına verilen cevaplarla veriler toplanmış ve elde edilen veriler betimsel analiz tekniği ile analiz edilmiştir.

Araştırma sonucunda Balıkesir’deki termal turizm girişimcilerinin sektörle ilgili yeterli bilgi donanımına sahip olmasına rağmen, termal hizmetin bilinçsiz yapıldığı, yasal ve bürokratik işlemlerin işletme sahiplerinin çalışmalarını yeterli ölçüde desteklemediği sonucuna varılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Sağlık Turizmi, Termal Turizm, Girişimcilik, Girişim, Balıkesir

## **ABSTRACT**

### **A RESEARCH INTO THERMAL TOURISM ENTREPRENEURSHIP BALIKESİR**

**ÇİFTÇİ, Gamze**

**Master Thesis, Department of Tourism and Hotel Management**

**Advisor: Assc. Doç. Dr. Burhan AYDEMİR**

**2018, 105**

This study was carried out in order to find out the problems of thermal entrepreneurs in Balıkesir and to get their points of view into the sector considering the inadequacy of the thermal tourism entrepreneurs in transforming this wealth into investment in spite of sufficiency and richness of quality resources. So as to achieve this aim, a detailed literature study on thermal tourism and entrepreneurship was carried out and then a case study was conducted within the scope of qualitative research methodology. In this study, the sample of the research is composed of 3 thermal tourism entrepreneurs operating in Balıkesir. By using the face-to-face interview technique with these entrepreneurs, data was collected through the answers given in previously prepared semi-structured questionnaires and then the data obtained was analyzed by descriptive analysis technique.

As a result of the study, it has been concluded that although the thermal tourism entrepreneurs in Balıkesir have adequate knowledge about the sector, the thermal service is carried out in an unconscious way and legal and bureaucratic transactions do not adequately support the work of business owners.

**Key Words:** Health Tourism, Thermal Tourism, Entrepreneurship, Enterprise, Balıkesir



# İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa no</u>
<b>ÖNSÖZ</b> .....	<b>iii</b>
<b>ÖZET</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>v</b>
<b>İÇİNDEKİLER</b> .....	<b>vi</b>
<b>TABLolar LİSTESİ</b> .....	<b>ix</b>
<b>ŞEKİLLER LİSTESİ</b> .....	<b>xi</b>
<b>1. GİRİŞ</b> .....	<b>1</b>
1.1. Problem.....	3
1.2. Amaç .....	3
1.3. Önem.....	4
1.4. Varsayımlar.....	4
1.5. Sınırlılıklar .....	4
1.6. Tanımlar .....	5
<b>2. İLGİLİ ALAN YAZIN</b> .....	<b>10</b>
2.1. Sağlık Turizmi ve Termal Turizm .....	10
2.1.1. Sağlık Turizminin Önemi.....	12
2.1.2. Türkiye’de Sağlık Turizmi.....	14
2.1.3. Termal Turizm .....	17
2.1.3.1. Termal Turizmin Özellikleri .....	19
2.1.3.2. Termal Turizmin Diğer Turizm Çeşitlerine Göre Avantajları .....	20
2.1.3.3. Termal Turizmde Karşılaşılan Sorunlar .....	21
2.1.3.4. Termal Turizm Tesisleri ve Hizmet Standartları.....	22
2.1.3.5. Dünyada Termal Turizm .....	27
2.1.3.6. Türkiye’de Termal Turizm .....	29
2.1.3.7. Balıkesir’de Termal Turizm ve Termal Kaynakların Özellikleri ....	32
2.2. Girişimcilik ve Turizm Girişimciliği .....	35
2.2.1. Girişimciliğin Önemi .....	36
2.2.2. Girişimcilik Özellikleri .....	37
2.2.3. Girişimciliği Etkileyen Faktörler .....	38
2.2.4. Girişimcilikte Başarı / Başarısızlık Faktörleri .....	39
2.2.5. Turizm Girişimciliği ve Turizm Girişimcileri.....	41

2.2.6. Balıkesir’de Termal Turizm Girişimciliğinin Değerlendirilmesi .....	43
2.3. İlgili Araştırmalar .....	43
<b>3. YÖNTEM .....</b>	<b>47</b>
3.1. Araştırmanın Yöntemi .....	47
3.1.1. Nitel Araştırma Yöntemi ve Özellikleri .....	48
3.1.2. Araştırmada Nitel Araştırma Yönteminin Kullanılmasının Nedenleri .	49
3.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi .....	50
3.3. Veri Toplama Aracı .....	51
3.4. Verilerin Toplanması .....	54
3.5. Verilerin Analizi .....	56
<b>4. BULGULAR VE YORUMLAR .....</b>	<b>58</b>
4.1.a. Termal Turizm Girişimciliğine Yönlendiren ve Bu Kararı Etkileyen Faktörleri Tespit Etmek, Yatırım Aşamasındaki Destek ve Yatırım Profillerini Öğrenmeye Yönelik Bulgular .....	60
4.1.b. Yatırım Kararı Alırken Hangi Araştırmaların Yapıldığına Dair Bulgular	61
4.1.c. İşletmenin Yatırım ve İşletme Aşamasında Devlet Desteğinin Olup Olmadığına Dair Bulgular .....	61
4.1.d. Girişimcilerin Daha Önceki Yıllarda Hangi İş Alanlarında Tecrübeleri Olduğuna Dair Bulgular.....	62
4.2.a. Termal Turizm Girişimciliğinde Karşılaşılan Sıkıntılar ve Bunların Nasıl Aşıldığına Dair Bulgular.....	63
4.2.b. Termal Girişimcilerin Daha İyi Hizmet İçin Devletten Hangi Alanlarda Destek Beklediklerine Dair Bulgular.....	64
4.2.c. Girişimci Gözüyle Jeotermal Kaynaklar ve Doğal Mineralli Sular Kanunu’nda Turizm Amaçlı Kullanım İle İlgili Devletin Yasal Düzenlemelerinde Eksiklik Olup Olmadığına Dair Bulgular.....	65
4.2.d. SGK’nın Bazı Termal Tesisleri Listeye Alıp Tedavi Masraflarını Karşılmasını Değerlendirmeye Yönelik Bulgular.....	66
4.3.a. Termal Girişimci Gözüyle Balıkesir’in Termal Alandaki Yeterliliğini Ölçmeye Yönelik Bulgular .....	67
4.3.b. Balıkesir ve Yörelerinde Bütünlük Oluşturan Termal, Doğal ve Kültürel Varlıkların Değerlendirilmesine Yönelik Bulgular .....	68
4.4. a. İşletmenin Fiziki ve Hizmet Statüsüne Ait Bulgular .....	69
4.4.b. İşletme Çalıştırıcısına Ait Bulgular .....	70
4.5. Müşteri Profili ve Müşteri İlişkileri İle İlgili Bulgular .....	70

4.6. Termal Tesislerde Uygulanan Hizmetlere ve Bu Hizmetleri Kullanan Kişilere Yönelik Bulgular .....	71
4.7.a. Tesisi Sağlık Amacıyla Ziyaret Eden Yabancılara Yönelik Bulgular .....	73
4.7.b. Yurt Dışında Yapılan Çalışmalara Yönelik Bulgular .....	73
4.7.c. Tesisin Termal Tedavi İçin Hangi Şehirlerden Talep Gördüğüne Dair Bulgular .....	74
4.7.d. Acenta İşbirliğine ve Müşterilerin Gelişlerine Yönelik Bulgular.....	74
4.7.e. İşletmenin Verimli ve Verimsiz Dönemlerinin Tespitine Yönelik Bulgular .....	75
4.8.a. Müşteri Memnuniyetine Yönelik Bulgular .....	76
4.8.b. İşletmeyi Farklı Kılan Etkenlere Yönelik Bulgular .....	76
4.8.c. Balıkesir Üniversite Hastanesi İle İşbirliğine ve Termal Tedavide Gerekli Nitelikli Personel Teminine Yönelik Bulgular .....	77
4.8.d. İşletmelerde Hizmet İle İlgili Yaşanan Sorunlara Yönelik Bulgular.....	78
4.9.a. Termal Girişimciliğin Maddi Getirisinin Değerlendirilmesine Yönelik Bulgular .....	79
4.9.b. İşletme Gelişimine Yönelik Bulgular .....	80
4.9.c. Girişimcin İş Hayatına Dair Bulgular .....	81
4.9.d. Termal Girişimci Gözüyle Markalaşmaya Yönelik Bulgular.....	81
4.10. İşletmelerde Çevre Yönetimi ve Akreditasyon Çalışmalarına Yönelik Bulgular .....	82
4.11. İşletmelerin Dernek ve Kurum Üyeliklerine Yönelik Bulgular.....	83
4.12. Sağlık Turizminin Geleceğine ve Yeni Termal Yatırımcılara Yönelik Bulgular .....	84
<b>5. SONUÇ VE ÖNERİLER .....</b>	<b>86</b>
<b>KAYNAKÇA .....</b>	<b>90</b>
<b>EKLER.....</b>	<b>101</b>
<b>EK 1- Anket Formu .....</b>	<b>101</b>

# TABLÖLÄRLİSTESİ

## Sayfa no

<b>Tablo 1:</b> Türkiye’de Sağlık Turizmi Potansiyeli Swot Analizi.....	16
<b>Tablo 2:</b> Balıkesir’in Termal Turizm Alanında Swot Analizi.....	34
<b>Tablo 3:</b> Nitel ve Nicel Araştırmaların Avantaj ve Dezavantajları .....	47
<b>Tablo 4:</b> Bulguların Değerlendirilmesine Yönelik Amaçlar .....	58
<b>Tablo 5:</b> Termal Turizm Girişimciliğine Yönlendiren ve Bu Kararı Etkileyen Faktörlere Yönelik Bulgular .....	60
<b>Tablo 6:</b> Yatırım Kararı Alırken Yapılan Araştırmalar.....	61
<b>Tablo 7:</b> Yatırım ve İşletme Döneminde Devlet Desteklerinden Yararlanılıp Yararlanılmadığına Dair Bulgular.....	62
<b>Tablo 8:</b> Girişimcilerin Daha Önceki Yıllarda Hangi İş Alanlarında Tecrübeleri Bulduğuna Dair Bulgular .....	62
<b>Tablo 9:</b> Termal Turizm Girişimciliğinde Karşılaşılan Zorluklar ve Bu Zorlukların Aşılmasına Dair Bulgular.....	63
<b>Tablo 10:</b> Termal Girişimcilerin Daha İyi Hizmet İçin Devletten Hangi Alanlarda Destek Beklediklerine Dair Bulgular .....	64
<b>Tablo 11:</b> Devletin Jeotermal Sular Kanunu İle İlgili Yasal Düzenlemesindeki Yaptırımlara Yönelik Bulgular .....	65
<b>Tablo 12:</b> SGK’nın Bazı Termal Tesisleri Listeye alıp Tedavi Masraflarını Karşılmasına Yönelik Bulgular .....	66
<b>Tablo 13:</b> Termal Girişimciler Tarafından Balıkesir’in Termal Alandaki Mevcut Durumuna Yönelik Bulgular.....	67
<b>Tablo 14:</b> Balıkesir ve Yörelerinde Turistik Unsurların Değerlendirilmesine Yönelik Bulgular.....	68
<b>Tablo 15:</b> İşletmelerin Fiziki ve Hizmet Statüsüne Ait Bulgular.....	69
<b>Tablo 16:</b> İşletme Çalıştırıcısına Ait Bulgular .....	70
<b>Tablo 17:</b> Müşteri Profili ve Müşteri İlişkileri İle İlgili Bulgular .....	70
<b>Tablo 18:</b> Termal Tesiste Uygulanan Hizmetlere ve Bu Hizmetleri Kullanan Kişilere Yönelik Bulgular.....	71
<b>Tablo 19:</b> Tesisi Sağlık Amacıyla Ziyaret Eden Yabancılara Yönelik Bulgular .....	73
<b>Tablo 20:</b> Yurt Dışında Yapılan Çalışmalara Yönelik Bulgular .....	73

<b>Tablo 21:</b> Termal Tedavi Açısından İşletmelerin Hangi Şehirlerden Talep Gördüklerine Dair Bulgular .....	74
<b>Tablo 22:</b> Acenta İşbirliğine ve Müşteri Gelişlerine Yönelik Bulgular .....	75
<b>Tablo 23:</b> İşletmenin Verimli ve Verimsiz Dönemlerinin Tespitine Yönelik Bulgular .....	75
<b>Tablo 24:</b> Müşteri memnuniyetine Yönelik Bulgular .....	76
<b>Tablo 25:</b> İşletmeyi Farklı Kılan Etkenlere Yönelik Bulgular .....	77
<b>Tablo 26:</b> Balıkesir Üniversitesi Hastanesi İle İşbirliğine ve Termal Tedavide Gerekli Nitelikli Personel Teminine Yönelik Bulgular .....	77
<b>Tablo 27:</b> İşletmelerde Hizmet İle İlgili Yaşanan Sorunlara Yönelik Bulgular .....	78
<b>Tablo 28:</b> Termal Girişimciliğin Maddi Getirisinin Değerlendirilmesine Yönelik Bulgular .....	79
<b>Tablo 29:</b> İşletme Gelişimine Yönelik Bulgular .....	80
<b>Tablo 30:</b> Girişimcinin İş Hayatına Dair Bulgular .....	81
<b>Tablo 31:</b> Termal Girişimci Gözüyle Markalaşmaya Yönelik Bulgular .....	81
<b>Tablo 32:</b> Çevre Yönetimi ve Akreditasyon Çalışmalarına Yönelik Bulgular .....	82
<b>Tablo 33:</b> İşletmelerin Dernek ve Kurum Üyeliklerine Yönelik Bulgular .....	83
<b>Tablo 34:</b> Sağlık Turizminin Geleceğine ve Yeni Termal Yatırımcılara Yönelik Bulgular .....	84

## ŞEKİLLER LİSTESİ

	<b><u>Sayfa no</u></b>
<b>Şekil 1:</b> Sağlık Turizmi.....	11
<b>Şekil 2:</b> Kullanım Amaçları Temeline Göre Turizm, Sağlık Turizmi, Termalizm ve Termal Turizm Arasındaki İlişki.....	12
<b>Şekil 3:</b> Termal Turizmin Konumu.....	18
<b>Şekil 4:</b> Termal Turist.....	19
<b>Şekil 5:</b> Termal Yapı.....	23
<b>Şekil 6:</b> Türkiye jeotermal Kaynaklar Haritası .....	31

# 1.GİRİŞ

*“İnsanlar önce para kazanmak için sağlıklarını, daha sonra ise sağlıklarını kazanmak için paralarını harcarlar”*(Anonim).

Turizm, insanların buldukları yerden başka bir yere veya ülkeye gidip orada belli süre vakit geçirdikten sonra tekrar kendi yerlerine dönmesi olarak nitelendirilmektedir(Köksal,1994:1).Turizm olayı ilk olarak bulunulan yerden ayrılmakla başlar ve bu ayrılmaya birçok faktör sebep olabilir.Turizm, gidilen yere yerleşmemek kaydıyla,askeri, politik ve ekonomik nedenler dışında iş, merak,din, eğlence,aile ziyaretleri,sağlık vb. nedenlerle kişisel veya toplu olarak yaptıkları seyahatlerle,gittikleri yerlerde 24 saati aşan bir süre ile ortaya çıkan iş ve ilişkileri kapsayan ekonomik ve sosyal bir tüketim olayıdır(Demir ve Çevirgen, 2006:18).Görüldüğü gibi turizm, insanların hem fiziksel hem de zihinsel olarak farklılık arayışına girdiği bir olgudur.Turizm, önemini her geçen gün arttıran bir sektördür. Günümüz şartlarına ve müşteri profillerine uygun olarak birçok alanda alternatif turizm türleri oluşmaktadır.Bu turizm türlerinden sağlık turizminin önemi gün geçtikçe artmaktadır(Yarcan, 1996a:4).

Dünya tarihinde insanların en eski seyahat hareketliliklerini,savaşlar,tedaviler ve meslekler oluşturmaktaydı.Özellikle hastalanan,savaşta yaralanan veya sağlığını korumak isteyen insanlar şifalı suların bulunduğu yerlere seyahat etmişlerdir(Köstepen ve Öter,2015:658).

Termal ve mineralli suların dinlenme ve sağlık amaçlı kullanımı insanlık tarihi ile yaşıttır.Anadolu toprakları bu kullanıma şahitlik eden sayısız tarihi kalıntılara sahiptir (Karagülle, 2014:1).Türkiye'nin Marmara ve Ege bölgesinde daha fazla olmakla birlikte hemen hemen tüm bölgelerde bu doğal zenginlik ile karşılaşmak mümkündür.Eski zamanlardan beri termal kaynaklar hem temizlenme hem de sağlık amacıyla kullanıldığı gibi, günümüzde de önemini korumaktadır. Nüfusa ve yoğun çalışma koşullarına paralel olarak artan stres, yorgunluk, gerginlik hem fiziksel hem de zihinsel yıpranmaya neden olmaktadır.İnsanlar bu yorgunluktan kurtularak dinlenmek ve sağlık sorunlarını gidermek için termal kaynaklara yönelmişlerdir(Öcal, 2011:288).

Termal merkezlerde sıcak su banyoları, içmeler, inhalasyonlar ve buhar banyoları gibi kaplıcalara özgü uygulamalar ile birçoğu kaplıca merkezlerinde uygulanan egzersiz, masaj, diyet ve beslenme ve daha başka doğal ve geleneksel yöntemler, kaplıcaları “Sağlık Turizmi” açısından ideal ve aranan cazibe merkezleri haline getirmiştir.

Sağlık Turizmi içerisinde yer alan termal tesisler, sadece yaşlı ve sağlığını yitiren hastalara değil yediden yetmiş her kesime hitap eden ve sadece sağlık sorunu yaşayan değil sağlığını güçlendirmek isteyen, ileride sağlık sorunu yaşamak istemeyen her bireye açık alanlardır. Avrupa’da yaşlı nüfusun artmasına bağlı olarak yaşanan sağlık sorunlarına karşı çoğu Avrupalı, doğal yollarla tedavi edilmeyi istemekte ve ülkesi dışında farklı tarihi, doğal ve iklimsel bölgeleri seçmektedir. Yakın bir zamanda Türkiye Avrupa ülkelerinin kaplıca tedavisi ve sağlık turizmi için ziyaret ettikleri başlıca Avrupa ülkesi olmaya aday bir ülkedir (Karagülle,2014:2).Termal tesislerde, tüm faaliyetlerin; yerinde, zamanında ve hizmetin amacına uygun olarak verilmesi gerekir. Aksi takdirde; tesis, konaklama hizmeti, misafirperverlik gibi avantajlarımızı teknik yapı, kaliteli uzman ve eğitimli personel vs. desteklemedikçe sağlık ve termal turizm açısından Avrupa kalite standartlarına ulaşmamız mümkün olmayacaktır. Bu alanda hizmet verecek yatırımcıların termal turizm potansiyelini amacına uygun olarak istenilen standartlarda kaliteli bir hizmete dönüştürmesi gerekir.

Bu çalışmada termal ve girişimcilik konusu detaylı bir şekilde, bir bütün olarak ele alınmıştır. Kaynak araştırması veya literatür taraması yapıldığında, termal turizm girişimciliğini kapsayan herhangi bir araştırmaya rastlanmamıştır. Bu nedenle bu çalışma alanına yoğunlaşmaktadır.

Çalışma 5 bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde araştırmanın problemi, araştırmanın amacı, araştırmanın önemi, araştırmanın varsayımları, sınırlılıkları belirlenmiştir. İkinci bölümde, turizm, alternatif turizm, sağlık turizmi, termal turizm ve girişimcilik konularına ilişkin bilgiler sunulmuştur. Çalışmanın üçüncü bölümünde, araştırmanın yöntemi, evren ve örneklem, veri toplama aracı ve teknikleri, veri toplama süreci ve verilerin analizine dair bilgilere yer verilmiştir. Dördüncü bölümde, problem ve amaç doğrultusunda gerçekleştirilen analizlerin



bulgularına yer verilmiştir. Son bölümde ise diğer araştırmacıların yapmış olduğu araştırmalar ve araştırmanın sonuçlarına yer verilmiştir.

### **1.1.Problem**

Termal turizm çok eski zamanlardan beri önemini koruyan bir turizm çeşidi olmasına rağmen ülkemizde yeterli bir büyüme gösterememiştir. İnsanların bu turizm türü ile ilgili yeterli bilgiye sahip olmaması bu turizm türünün bilinçsiz kullanılmasına neden olmuş ve insanları daha çok deniz turizmüne yönlendirerek turizm yatırımlarını bu alanda yoğunlaştırmıştır.

Bu çalışmada termal turizm ve girişimcilik kavramları hakkında detaylı bilgilere yer verilerek yapılan araştırmalar doğrultusunda Balıkesir'in termal potansiyeli ve su kalitesi en yüksek iller arasında olmasına rağmen, bu potansiyeli yatırıma dönüştürecek termal turizm girişimcilerinin yeterli sayıda olmaması araştırmanın problemini oluşturmuştur.

### **1.2.Amaç**

Balıkesir'in termal suları kalitelidir ve doğal güzellikler içinde, sağlık turizmi ile ilgili tüm imkan ve şartlara elverişlidir. Bu sonuçlardan hareket ederek çalışmamızda ki temel amaç bu alana yatırım yapmak isteyen girişimci adaylarına yol göstermek, bu alana yatırım yapmaları konusunda bilgi verip bu konuda yatırımcılara destek olmak ve girişimcilerin işlerinden memnun olup olmadığını belirlemektir. İşletme sahipleriyle yapılan görüşmeler doğrultusunda aşağıdaki sorulara yanıt bulmaya çalışılmıştır.

- Termal turizm alanındaki yatırıma nasıl karar verdikleri,
- Termal turizm girişimciliğinde kuruluş öncesi ve sonrası yaşanan sıkıntıların neler olduğu,
- Termal turizm girişimcisi gözünde Balıkesir'in termal turizm potansiyelini değerlendirmek,
- Bu alandaki yasal düzenlemelerin ve teşviklerin yeterliliğini öğrenmek,
- Tesislerde gerekli olan hizmet kalitesini ve hizmet bölümlerini öğrenmek,
- Bu alanda tecrübe sahibi olan termal girişimcilerin tavsiyelerini öğrenmek.

### **1.3.Önem**

İlgili alan yazın kısmında termal konusunda birçok çalışma yapılmıştır(Çevirgen,1996;Gökırmak, 1997;Yıldırım,2005;Babaç,2014;Çakan,2016).Termal turizm konuyla ilgili genellikle bir ilin veya bölgenin termal turizm potansiyeli, termal turizm işletmelerinde ki hizmet yapısı, termal su,termal sağlık hizmetleri ile ilgilidir(Sandıkçı ve Gürpınar,2015; Emir ve Durmaz,2009;Aklanoğlu, 2008). Girişimcilik ile ilgili olarak girişimcilik kültürü, girişimcilik süreci,girişimci özelliklerini,girişimde dikkat edilecek faktörleri ele alan çalışmalar yapılmıştır(Saylan,2011; Uzun,2016; Günlü,2015).Ancak, termal turizm girişimcilerininsektöre girişlerini,mevcut durumlarını,beklentilerini ve tavsiyelerini ele alan yerli ve yabancı yazında herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır.Bundan dolayı çalışmanın, alan yazına katkı sağlayacağı ve ileride bu alanla ilgili olarak yapılacak çalışmalar için yol göstereceği düşünülmektedir.

### **1.4.Varsayımlar**

Araştırmanın varsayımlarından biri, termal turizm girişimcilerinin mülakat formuna doğru ve samimi bir şekilde yanıtladıklarıdır.İşletmelerde termal turizm hizmeti yeterli düzeyde verilmemektedir.Termal girişimcilikte destek ve teşviklerde yetersizlikler vardır.

### **1.5.Sınırlılıklar**

Bu araştırmanın ilgili alanyazın kısmı ulaşılabilen kaynaklardan yararlanılarak oluşturulmuştur.Araştırmanın en önemli sınırlılığı çalışmanın Balıkesir ile sınırlı olmasıdır. Başka bir sınırlılık ise araştırma çalışmasının nitelik ve hizmet olarak belli standartlara sahip otellerden oluşmasıdır.Bu oteller şehir merkezi ve körfez bölgelerinden seçilen otellerdir.

## 1.6.Tanımlar

*Turizm*:İnsanların; devamlı ikamet ettikleri, çalıştıkları ve her zamanki olağan ihtiyaçlarını karşıladıkları yerlerin dışına seyahatleri ve buralardaki, genellikle turizm işletmelerinin ürettikleri mal ve hizmetleri talep ederek geçici bir süreliğine konaklayıp zihinsel ve fiziksel ihtiyaçlarının giderildiği ilişkiler bütünüdür (Toskay, 1983:50).

*Turist*:Ziyaret edilen yerde para kazanma amacı dışında herhangi bir sebepten dolayı, her zaman yaşadığı yerin dışında bir ülkeyi veya bölgeyi ziyaret eden kişidir (Arslantürk, 2015:19).

*Turistik*:Turistlerle ilgili, turistlerin ihtiyacını karşılayıcı, yada onların katıldıkları turizm etkinliklerini ilgilendiren veya ilgisini çeken duruma denir (Evliyaoğlu, 1989:44).

*Sağlık Turizmi*:Sağlığı koruma ve iyileştirme amacıyla belirli süre yer değiştiren insanların doğal kaynaklara dayalı turistik bir tesise giderek kür uygulaması,konaklama,yeme-içme,dinlenme ve eğlence gereksinimlerinin karşılanmasıdır (Özdemir, 2015:4).

*Sağlık Turisti*:Asıl amacı, hastalığı veya rahatsızlığı nedeniyle ülke sınırları dışında tedavi olmak isteyen kişilere verilen isimdir (Baynazoğlu ve Serce, 2013:217).

*Termalizm*: Termal istasyonları turizmidir (Evliyaoğlu, 1989:113).

*Termal Sağlık Turizmi*:Termal sular yöresindeki çevre ve iklim faktörleri ile birlikte sunulan ve çoğu kez rehabilite edici olan sağlık hizmetleridir (Tontuş,2015:99).

*Kür*:Tedavi uygulamalarında belli dozlarda, seri halde, düzenli aralıklarla, belli sürelerde tekrar edilerek yapılan tedavi şeklidir (T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı, 20.03.2017). Termal turizm uygulamalarına kür denilmektedir. Kaplıca, çamur ve içme olarak üç tip kür uygulaması mevcuttur (Gül, 2015: 87).

*Kürist:* Sağlıklarına kavuşmak ve bedensel rahatsızlıklarından kurtulmak için termal tesislere giden, hastalığına uygun, ilgili uzman tarafından kür hizmeti alan kişilere denir (Bayer, 1997: 10).

*Kür Merkezleri:* Termal turizm merkezleri içinde veya bunların dışında oluşturulmuş, su başta olmak üzere, iklim, güneş, çamur gibi doğal unsurları ve fizik tedavi unsurları kullanılarak, uzman doktor tarafından gerekli teşhis ve tedavilerin yapıldığı yerlerdir (Sandıkçı ve Gürpunar, 2008: 105).

*Çermik:* Doğal durumda yeraltından çıkan ve genelde banyo yapmak için kullanılan şifalı sulardır (Yozcu, 2011: 111).

*Ilıca:* Üzeri açık şekilde duran yeraltından doğal olarak çıkan ve su birikintisi ve gölcükten ibaret olan yapılardır. Suyun yanındaki havuzların tabanları ağaç veya taş birikintisinden oluşmaktadır. Etrafi basit bir duvarla çevrilidir (Uygun, 2008: 7).

*Kaplıca Tedavisi:* Toprak, yer altı ve deniz kaynaklı mineralli sular, gazlar, çamur tortuları ve iklimsel faktörler gibi doğal tedavi unsurlarının o yöredeki iklim olanakları ve lazım olan diğer destekleyici tedavilerle kür tarzında uygulanan tedavi yöntemidir (T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı, 20.03.2017).

*İçme Kürleri:* Mineralli sular ile Kaplıcalarda ya da yaşanan yerde yapılan içme şeklinde yapılan kürlerdir (T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı, 20.03.2017). Doktor gözetiminde ve uygun gördüğü mineralli suyun hangi dozda ve ne sıklıkta olacağını belirleyip düzenli olarak içilme işlemidir (Şahin, 2015: 11).

*Klimaterapi:* Nem, hava sıcaklığı, rüzgar hızı, güneş ışınları ve benzeri iklimsel etkenlersistemati olarak kür tarzında uygulanmasıdır (T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı, 20.03.2017).

*Talassoterapi:* Tıbbi denetim ve gözetim altında, kür amaçlı veya koruyucu ve tedavi edici deniz suyu iklimi ve unsurlarının kür tarzında uygulama şeklidir (T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı, 20.03.2017). Ayrıca her bireye özel olarak düzenlenen ve tedavi amacına uygun olarak inşa edilmiş havuzlarda yapılan, sinir-kas-iskelet sistemleriyle ilgi olarak oluşan rahatsızlıkları gidermek amacıyla uygulanan havuz tedavi yöntemidir ( Üçpunar, 2013: 107). Deniz suyunda ve deniz altı atmosferik

koşullarda yosun, yosunlu su, deniz havası gibi koşulların kullanılarak eski Yunan sistemlerinde su bazlı tedavi yöntemleridir.

*Speleoterapi:* Mağara ortamlarında mağaraların içindeki katmanların veya havanın etkisiyle uygulanan tedavi şeklidir (Akçay, 2014: 64).

*SPA:* Bu kavram ilk olarak, Amerikalı doktor HalbertDunn tarafından insanı; vücut, akıl ve ruh olarak bir bütün olarak ele aldığı yazısında tanımlamıştır (İlker, 2012: 118). Ayrıca bu kelimenin ilk çıktığı yer Belçika'nın Spa kasabasıdır (Kırkbir, 2007: 16). Roma döneminden günümüze kadar gelen "Sudan Gelen Sağlık" anlamına gelen su ve çamurla uygulanan su terapileri anlamına gelmektedir. Günümüzde kelime anlamının dışında; sıcak su havuzu, çok çeşitli masaj terapileri, aromaterapileri, güzellik ve bakım gibi sağlık kür hizmetleri veren tesislerdir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 20.03.2017). Sağlık turizminin en kayda değer yolcusu ve edebiyatta deneme türünün ünlü Fransız yazarı Montaigne'dir. Bu yazarın aynı zamanda lüks seyahatin babası olduğuna inanılmaktadır. Tarihte en eski SPA rehberinin yazılmasında katkıları olduğu bilinmektedir. Termal tesisler, eskiden yaşlı insanların ilgisini çeken ve o kesime hizmet veren tesisler olmasına karşılık, günümüzde ise SPA'lar sayesinde değişik yaş gruplarındaki insanlara hitap eden, modern mimari yapı ve hizmet çeşitliliği ile daha donanımlı hale gelerek, suyun şifa özelliği genişletilmiştir (Erhan Şemşimoğlu, 2010: 17).

*Fizik Tedavi ve Rehabilitasyon:* Kaplıca tedavi sistemlerinde kullanılan elektro terapi, masaj, egzersiz tedavileri ve diğer yöntemleri kapsayan uygulamalardır (T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı, 20.03.2017).

*Medikal Tedavi:*Kaplıca tedavilerinin uygulama aşamasında, hastaya yerel veya sistemik olarak uygulanan ilaç ve tedavi yöntemidir (T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı, 20.03.2017).

*Destek Uygulamalar:* Sağlık eğitimi, Diyet uygulamaları, davranış değişikliği eğitimi, karşılaşılan sorunlara psikolojik destek eğitimi, günlük yaşam aktivitelerinin düzenlenmesi destek uygulamalar arasında yer almaktadır (T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı, 20.03.2017).

*Terapi:* Sözcük anlamını incelediğimizde, fiziksel ve zihinsel rahatsızlığı iyileştirecek etkenleri ve bu etkenlerin uygulama yöntemlerini bularak hastanın sağlığına kavuşmasına yardımcı olan “iyi etme işi” olarak bilinen süreçtir (İlker, 2012: 125).

*Balneoterapi:* ‘Banyo Bilimi’ anlamına gelen balneoloji teriminin tıpta tedavi uygulamalarında kullanılması ise; “balneoterapi” veya “medikal balneoloji” olarak tanımlanır. Kaplıca tedavisi anlamına gelen balneoterapi; yer altı toprak, su ve iklim kaynaklı doğal iyileştirici yöntemlerle yapılan tedavi şeklidir (Toktaş, 2015b: 125).

*Hidroterapi:*Kişi için özel olarak düzenlenen, bilirkişiler tarafından uzman gözetiminde ve amaca uygun olarak inşa edilmiş havuzlarda gerçekleştirilen, nöromuskuloskeletal fonksiyonları geliştirme ve iyileştirme amaçlı uygulanan tedavi yöntemleridir (Dündar, 2015: 147).

*Peloidoterapi:*Peloidler termal alanlarda doğal ortamlardan elde edilen mineral yapılı yarı katı çamur tortularıdır. Peloidoterapi, peloidlerin banyo, paket ve tampon şeklinde amaca uygun olarak eksternal veya internal uygulamalarıyla yapılır. Bu tür tedavi banyolarında sıcaklık değeri genellikle 38 °C civarında olması gerekir (Tekeoğlu ve Alpaycı, 2015: 170-171).

*İnhalasyon Uygulamaları:*Jeolojik olaylar sonucu oluşan termal ve mineralli su buharının solunması şeklinde uygulanan kaplıca tedavi uygulamalarından biridir. Su buharının sıcaklığı normal vücut sıcaklığından yüksek olmakta ve tavandaki veya zemindeki buhar delikleri aracılığıyla uygulama odasına verilmesidir (Çakan, 2016: 7).

*Aromaterapi:* Özel olarak toplanan çeşitli bitki, ot ve meyvelerden oluşturulan demleme şekliyle kişiyi rahatlatan, gerginliği ve stresi üzerinden alan terapi şeklidir. Deri gözeneklerinden vücuda derinlemesine nüfuz etmekte, kan dolaşım sistemini hızlandırmakta, cilde yumuşaklık ve rahatlık sağlamaktadır, Yaşlılıkla birlikte gelen cilt bozukluklarına, kasıntılarda, adale spazmlarında, depresyon, menopoz, andropoz sonrası rahatsızlıklar, migren, tansiyon, romatizmal rahatsızlıklar, şeker düşürücü, obezite gibi rahatsızlıkların tedavisinde kullanılan çok yönlü terapi şeklidir (Tavşan, 2012: 14).

*Girişim:*Belli bir yasal, finansal, örgütsel ve ekonomik özelliğe sahip olan faaliyetler bütünüdür (Dolgun, 2003:4).

*Girişimci:*Pazarda mevcut bulunan fırsatları gözleyen ve bu fırsatları tüketicilerin taleplerine göre iş fikrine dönüştüren, mevcut kaynakları bir araya getirerek işletme kuran, işletme çıkarları için gerektiğinde risk alabilen kişidir (Arıkan, 2002:31).

*Girişimcilik:*Bir işletmenin kurulması, yönetsel süreçlerin iyileştirilmesi, üretim ve pazarlamaya yönelik tüm risklerin üstlenilmesi gibi, bir işin kurulmasından hizmet aşamasına kadar olan faaliyetler bütünü olarak tanımlanır (Küçük, 2010:32).

## 2. İLGİLİ ALAN YAZIN

### 2.1. Sağlık Turizmi ve Termal Turizm

Sağlık, yalnızca bedenen hasta veya engelli olmamak değil, ruhen dengeli ve sosyal yönlerden de bireyin tam iyilik halinde olmasıdır (Kocaoğlu, Kanra, Çelik, Özcan, Egemen, Öztekin, Güler, Turhan, 1996:2). Sağlık kavramı, insanoğlunun en büyük zenginliğidir. Sağlıklı insan, mutludur, huzurludur, girişimcidir ve üretkendir. İnsanlar bu zenginliğini korumak veya kazanmak için, ister kendi çabalarıyla ister dış kaynaklardan faydalanarak bunu korumaya çalışır.(Akdu, Bostan ve Akdu, 2016:402) göre sağlık ve sağlık hizmetinin uygulanış biçimi ve etkileri insanlar için son derece önemlidir.

Genelde insanlar sahip olduğunda değil de kaybettikten sonra değerini anlamakta, her şeyin ona bağlı olduğu daha iyi kavramakta ve sağlığını kazanmak için her türlü imkana başvurmaktadır. Günümüzde de insanlar sağlık konusunda mevcut durumlarını korumak veya kaybettiklerini kazanmak için bu alanda hizmet veren yerlere gitmektedirler. Bu tür seyahatler alternatif bir turizm türü olan sağlık turizminin doğmasını sağlamıştır.

Bazı ülkeler sağlık turizminde öne çıkmaktadır. Bu ülkeler; Hindistan, Tayland, Singapur, ABD, Malezya, Almanya, Meksika, Güney Afrika, Brezilya ve Kosta Rica'dır. Bu ülkelerin sahip olduğu sağlık alanındaki avantajlarına bakacak olursak:

- Sağlık hizmet standartlarının yüksek olması,
- Destinasyona ulaşım kolaylığı,
- Sağlık için gerekli teknoloji, altyapı ve uzmanlık kriterlerinin yüksek olmasıdır.

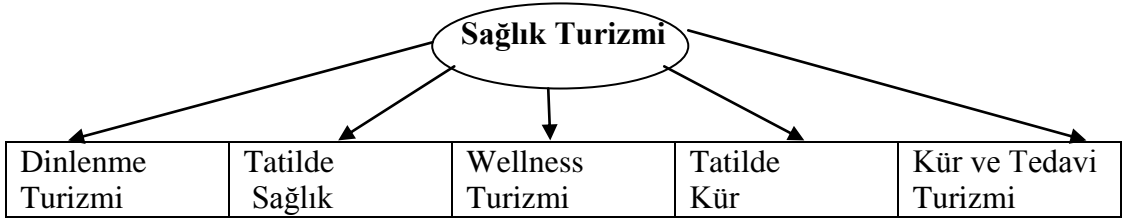
Sağlık turizmine katılanların tercihlerini etkileyen en önemli faktörlere baktığımızda; hizmetlerin ödenebilirliği, hizmetin erişebilirliği, hizmetin ihtiyaçlarla uyumu, bakım kalitesi, turizm unsuru olarak destinasyonununsundukları,



mahremiyet ve diğer kararlar tercihleri etkileyen faktörler arasında yer almaktadır (Ünal ve Demirel, 2011:107).

Alternatif turizm türü olan sağlık turizmi de kendi içinde medikal (tıp) turizmi, termal turizm, ileri yaş turizmi ve engelli turizmi olarak sınıflandırılmaktadır. Medikal turizm; klasik tıbbın içinde yer alan ve işin ehli hekimler tarafından genellikle 2. ve 3. basamak sağlık kuruluşlarında bir takım tedavi hizmetlerini kapsayan uluslararası seyahatlere denir. Termal turizm, hastaların şifa bulmak veya sağlığını korumak amacıyla tedavisine cevap alabileceği termal alanları ziyarette bulunmasıdır. İleri yaş ve engelli turizm ise; gezi turları, rehabilitasyon hizmetleri, çeşitli terapiler, yaşlı bakımları ve özel gezileri kapsayan turizm çeşitlerini oluşturmaktadırlar (Güzel, Ergen ve Aydemir, 2015:542).

### Şekil 1:Sağlık Turizmi



**Kaynak:** (Ergüven, 2015: 35).

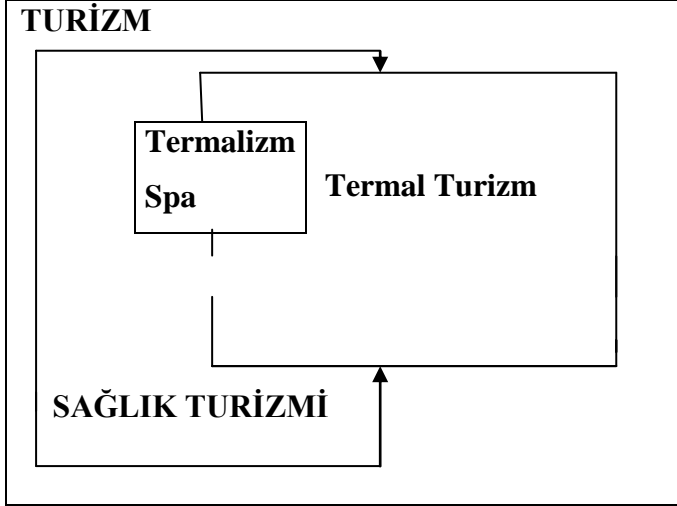
Sağlık turizmi, günümüzde adı sıkça duyulan gerek gelişmiş, gerekse gelişmekte olan ülkelerde pazar payı bulan ve ekonomik katkısından dolayı birçok ülkenin tercih ettiği alternatiflerdendir (Acar ve Turan, 2016:19).

Turizm Bakanlığı'nın turizm terimlerindeki tanımına göre sağlık turizmi; bir takım hastalıkların iyileştirilmesi için içmeler, kaplıcalar, ılıcalar, denizler, dağlar, mağaralar, sanatoryumlar, prevantoryumlar ve buna benzer hizmetleri veren tesislerden yararlanmak üzere yapılan turizm çeşididir(T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı, 25.05.2016)

Sağlık turizmi, insanların sürekli yaşadıkları yerler dışına tedavi olmak amacıyla sağlık hizmetlerinin verildiği bölgelere veya şehirlere seyahat etmeleridir (Ünal ve Demirel, 2011:107).Sağlık turizmi, diğer turistik faaliyetlerin yanı sıra sağlığa yönelik hizmet veren tesislerde önceden planlanmış çalışmalarla müşterilere

hizmet vermek amacıyla yapılan turizm faaliyetleridir (Gümüş ve Büyük, 2008: 433).

## Şekil 2: Kullanım Amaçları Temeline Göre Turizm, Sağlık Turizmi, Termalizm ve Termal Turizm Arasındaki İlişki



Kaynak: (Çelik, 2009: 20)

### 2.1.1. Sağlık Turizminin Önemi

Sağlık turizmi, turizm sektörü içinde en tanınmış sektörlerden biridir (Korkmaz vd. 2014:230). Yapılış amaçları bakımından turizmin birçok türü bulunmaktadır. Sağlık turizmi de bunların başında gelir. Geçmiş çok eskilere dayanan sağlık turizmi, meydana gelen ilk turizm etkinliklerindeki yerini ve önemini hala korumaktadır. Roma döneminde ulaşım ve yol güvenliğine gösterilen özen, sağlık turizminin önem kazanmasına katkıda bulunmuştur (Doğanay ve Deniz, 2016:159).

Sağlık turizmi genel sağlık hizmetlerinin yanında özel sağlık bakım hizmetlerini de karşılamaktadır. Bu sağlık hizmetleri uzman personel tarafından ağırlama işletmelerinde yapılan tıbbi bakımı, özel diyetleri, akupunkturu ve bitkisel tedavi yöntemleri içermektedir (Tütüncü, Kiremitçi ve Çalışkan, 2011:92). Sağlık turizminin gelişmesinde ki en büyük avantaj fiyat faktörüdür. Bu avantaj tek başına yeterli olmayıp bunu destekleyecek, gelişen tıp teknolojileri, e-pazarlama, ucuz ulaşım, kaliteli hizmet vb. sağlık turizminin gelişmesinde etkin rol oynamaktadırlar (Okutmuş, Uyar ve Göven, 2015:69).

Sağlık turizminin genel olarak iki temel amacı vardır. Bunlardan ilki, başta kent yaşamının içinde bunalmış, gerginlik ve çeşitli sağlık sorunları yaşayan insanların tedavisini gerçekleştirip sağlıklı bir şekilde topluma geri kazandırmak. İkinci amacı ise, ekonomiye katkı sağlayan iç ve dış turizmi canlandırarak ulusal gelire katkıda bulunmak (Özkurt, 2007:126).

Günümüzde gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler açısından büyük öneme sahip sağlık turizmi, birtakım hastalıkların tedavisi için içilen, banyosu yapılan, çamuru sürülen, sıcak- soğuk maddesel tuzları kullanılan, hava değişiminden, dağlarından, iklim olanaklarından, denizlerden, mağara alanlarında verilen hizmetlerden yararlanan turizm çeşididir (Usta, 2002:52).

Sağlık turizminin faydaları aşağıdaki gibi sıralanmaktadır. Bunlar (Şahbaz, Akdu ve Akdu, 2012: 274-275).

- Sağlık turizmi sayesinde hastaneler daha yüksek kalitede hizmet sağlamak için, iyi uygulamaların ve donanımların paylaşılmasında fayda sağlar,
- Sigorta şirketleri, müşteri memnuniyeti için, sağlık turizmine ek hizmet sağlamış olur,
- Sağlık turizmi maliyetlerin, kaynakların ve hizmetlerin paylaşılması yolu ile ekonomiye katkı sağlar,
- Elde edilen gelire, ülkelerin ekonomik refahına katkıda bulunulur,
- Gelişmekte olan ülkelere, fiyat tarifelerinde gelişmiş ülkelere karşı maliyet avantajı sağlar,
- Yabancı hastaların memnuniyeti için sunulan hizmet ülkenin kendi vatandaşına da yansır,
- Global pazarlama ve tıbbi ticareti sağlar,
- Rekabet avantajı sağlar,
- Kamu ve özel sektörün iş birliğine katkı sağlar,
- Hasta memnuniyetini arttırarak, Pazar payının büyümesine olanaksızlar (Şahbaz, AkduveAkdu 2012:274-275).

Bu faktörlere bakacak olursak sağlık hizmetlerinin kendine göre özellikleri vardır. Bunlar; sağlık hizmetlerinin ikamesi yoktur, bu hizmetler ertelenemez. Hizmetin boyutunu ve kapsamını hizmeti kullanan değil de, hizmeti veren uzman

belirlemektedir. Bu hizmetlerden sağlanan doyum ve kaliteyi önceden belirlemek oldukça güçtür, bu hizmetlerin çıktısı maddiyata çevrilemez (Tengilimlioğlu, Işık ve Akbolat, 2011:72).

### **2.1.2. Türkiye’de Sağlık Turizmi**

Turizm birçok ülkenin önemli gelir kaynaklarından biridir. Değişen istekler karşısında oluşan talebi karşılayabilmek ve bu sektördeki kazancı arttırmak için, sağlık turizminde yapılacak iyileştirmeler ve konunun öneminin anlaşılması önemlidir (Edinsel ve Adıgüzel, 2014:175). Sağlık turizmi sağlık endüstrisinin en önemli noktasıdır. Sağlık endüstrisi hemen hemen ekonominin her alanı ile bağlantılıdır ve dikkate alınması gereken günümüzün en yenilikçi hareketlerinden birisidir (Horvath, 2013: 8). Sağlık turizmi, eskiden beri var olan ve son yirmi yılda önemini daha da katlayan ve çağa göre kendini yenileyen bir olgudur (PadillaMelendezand Del AguilaObra, 2016: 2).Sağlık turizminin tüm dünyada oldu gibi Türkiye’de de önemi anlaşılmış ve yeni çalışma alanları oluşturulmuştur. Türkiye’de sağlık turizmi alanında hizmet veren sağlık kuruluşlarının yabancı hastalara ilişkin sağlık raporlarının düzenli olarak tutulmaya başlanması, sağlık turizminin Türkiye’nin 10. Kalkınma Planı’nda detaylı olarak yer alması, Sağlık Bakanlığı’nın 2013-2017 stratejik eylem planında önemli hedeflerin arasında yer alması, ülkemizde sağlık turizminin önemini ortaya koymaktadır (Bayın, 2015:50). Türkiye’de sağlık politikalarının akademisyenlerce gözden geirilirip, Sosyal Sigortalar Kanunu’nun yeniden ele alınması özellikle ilaç israfını önleyip, termal alanların müşteri beklentilerine göre düzenlenip, sayıca arttırılması önemli bir atılımdır (Selvi, 2002:95).

Son yıllarda ülkemizdeki sağlık hizmetlerinin kalitesinin arttırılması ve buna yönelik çalışmaların hız kazanmasıyla birlikte sağlık hizmetlerimiz gelişmiş ve diğer ülkelerin sağlık hizmetleriyle rekabet edebilecek konuma gelmiştir. Kamunun verdiği sağlık hizmetlerinin yanına özel sektörün sağlık hizmetleri de eklenince güçlü bir yapı haline gelmiş, bunun sonucunda dünyanın dört bir tarafından ülkemizdeki sağlık hizmetlerinden yararlanmak için turist hareketliliği başlamıştır.Türkiye; Asya, Avrupa ve Afrika kıtaları arasında jeopolitik konumu, gelişmiş ulaşım ağı, binlerce yıllık tarihi dokusu, şıfa dağıtan termal kaynakları, zengin medikal alt yapısı, uluslararası akredite hastaneleri, sağlık kuruluşları ve yetenekli sağlık personeli ile

pek çok ülkeden hasta çeken sağlık turizmi destinasyon merkezidir (Ünleyürü ve Dinçer, 2015:500). Ülkemizdeki sağlık alanındaki düzenlemeler, Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü'nce yürütülmektedir. Sağlık turizmini ilgilendiren iş ve işlemler, kurumlararası koordinasyon ve sağlık turizminin geliştirilmesi bu kurumca yerine getirilmektedir (Kördeve, 2016:57). Sağlık Turizminde belli bir noktaya ulaşmak için öncelikli olarak;

- Resmi kurum ve kuruluşlar başta olmak üzere özel sağlık kuruluşları ve turizm şirketlerinin Avrupa'daki sağlık şirketleriyle işbirliği içinde olmaları,
- Sağlık hizmeti veren tesislerin kalitesinin artırılması ve hizmet standartlarının genişletilmesi,
- Sağlık hizmet tanıtımının yerinde ve yeterli şekilde düzenlenmesi,
- Sağlık hizmetlerine ilaveten ülkemizde ki diğer turizm olanaklarının sunulması gerekir (Göçmen ve Güvercin, 2008: 35).

Avrupa ülkelerinde sunulan sağlık hizmetleri çok kalitelidir ve bu kalite yüksek fiyat tarifesi yaratmaktadır. Bu kuruluşlardan sağlık hizmeti alan hastalarında sağlık beklentileri yüksek derecede gerçekleşmektedir. Avrupa'da nüfusun gittikçe yaşlanması ülkedeki sağlık harcamaları finansmanını zorlaştırmaktadır. Yaşlanan nüfusa bağlı olarak sağlık hizmeti ihtiyacının artmasına rağmen sağlık iş gücünün ve sağlık teknolojilerinin pahalı olması Avrupa'yı zorlamaktadır. Avrupa bu durumu iyileştirmek için; bazı sağlık birimlerini sigorta kapsamından çıkartmaktadır. Özel sağlık kuruluşları ise, Avrupa Birliği dışında hizmet veren diğer ülkeleri tercih etmektedir (Yozcu, 2011: 81). Bu durum göz önüne alındığında Türkiye sağlık turizmi kapsamında aranan destinasyonlardan birisi olduğu düşünülmektedir.

Avrupa ve Orta Doğu'dan ülkemize gelen hasta sayısını arttırmak için Sağlık Bakanlığı'na bağlı olarak faaliyet gösteren Temel Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü bünyesinde Sağlık Turizmi Birimi kurulmuş ve bu birim sayesinde sağlık turizmi ile ilgili mevzuat uygulamalarını düzenlemek ve yasal boşlukları doldurmak için çeşitli çalışmalar başlatılmıştır (Gülen ve Demirci, 2011:133). Türkiye'de sağlık turizmi uygulamalarından en önemli grubu termal turizm oluşturmaktadır. Zamanla değişen trendler incelendiğinde termal turizmin, SPA adı verilen bir alt uygulamanın bileşeni olduğu görülmektedir. (Üçpunar, 2013: 92).

**Tablo 1: Türkiye’de Sağlık Turizmi PotansiyeliSwot (GZFT) Analizi**

<b>Güçlü Yönler</b>	<b>Zayıf Yönler</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Sağlık turizmi için yeni bir çekim merkezi,</li><li>• Uluslararası işbirlikleri,</li><li>• Uluslararası kuruluşlara üyelik,</li><li>• Ulaşım kolaylığı,</li><li>• Fiyat Avantajı,</li><li>• Devlet desteğinin olması,</li><li>• Dünya standartlarına hizmet verebilecek alt yapı ve üst yapı olanaklarının iyileştirilmesi,</li><li>• Dünya turizminde tercih edilen ve kalitesine güvenilen 10 ülkeden biri olması,</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Sağlık turizmi ile ilgili mevzuatın yeterli olmaması,</li><li>• Sağlık turizmi alanında çalışacak personel sayısının uzmanlık olarak yetersizliği ve sayıca azlığı,</li><li>• Kurumlar arası koordinasyon eksikliği,</li><li>• Uluslar arası lobi faaliyetlerinin eksikliği,</li><li>• Sağlık alanındaki kurumlar arasındaki bilgi paylaşımının yetersiz kalması,</li></ul>
<b>Fırsatlar</b>	<b>Tehditler</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Avrupa, Türk Cumhuriyetleri ile Ortadoğu ve Kuzey Afrika ülkelerine yakınlık,</li><li>• Sağlık kongrelerinde ki tercihler arasında Türkiye’nin de yer alması,</li><li>• Uçak bilet fiyatlarında ki indirim tarifeleri</li><li>• Alt yapı ve üst yapı olanaklarının iyileşmesi,</li><li>• Tıp alanında meydana gelen gelişmelerin yakından takip edilmesi ve uygulama alanlarına yerleştirilmesi,</li><li>• Vize uygulamalarındaki gelişmeler,</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Uluslar arası pazarda rekabetin artması,</li><li>• Küresel ekonomik durgunluk ve zaman zaman ortaya çıkan krizler,</li></ul>

**Kaynak:** (Baynazoğlu ve Serçe, 2013:222).

Yukarıda Tablo 1’de Türkiye’deki sağlık turizminin durumu incelenmektedir.Öncelikle Türkiye’nin jeopolitik konumu ve özellikle Avrupa ülkelerine yakınlığı, fiyat tarifelerindeki indirim avantajları, vize uygulamalarındaki kolaylıklar, sağlık alanındaki gelişmeler ve uluslararası kuruluşlar ile işbirlikleri bu alanda güçlü yönlerini ve bu alanda ki fırsatlarını oluştururken, hukuksal düzenlemeler, bu alanda hizmet verecek nitelikli personel eksikliği, rekabetin hızla artması ve sistemin ülkede tam olarak oturtulmaması, zaman zaman çıkan krizler

Türkiye'nin bu alandaki zayıf yönlerini ve pazarda oluşabilecek tehditleri göstermektedir.

### **2.1.3.Termal Turizm**

Sağlık ya da sağlık durumunun kişiye yansması kişinin hayata dair beklentilerinin karşılanması açısından en önemli faktörlerden birisidir. İnsan sağlığı veya kişinin kendini nasıl hissettiği yaşanan veya karşılaşılan durumlara göre sürekli olarak değişkenlik gösterir (Toktaş, 2015a:157). Son yıllarda meydana gelen nüfus artışı, sanayileşme ve kentleşmenin meydana getirdiği çevresel sorunlar insan sağlığını tehdit etmekte, insanın normal verimliliğini azaltmaktadır. Böyle ortamlarda bulunmak zorunda kalan insanlar, şifa bulmak, kaybettikleri sağlıklarını ve verimliliklerini geri kazanmak için sağlık turizmine yönelmişlerdir. Sağlık turizmi faaliyetlerinden biri olan termalizm; soğuk ve sıcak mineralli suların sağlık amacıyla içme veya dıştan etkili tedavilerde kullanılması amacıyla turistlerin ulaşım, konaklama ve ağırlama hizmetlerini sağlayan turizm çeşididir (Akbulut, 2010:36).Başka bir tanımda termalizm;terapik özellikleri bilimsel ve tıbbi yönden kanıtlanmış, madeni su kaynaklarının tamamıyla, doğal bir şekilde, uzman personel gözetiminde, bu kaynakların kullanımına uygun tesislerde yapılan kürlerle, çeşitli hastalıkların tedavisinde kullanılan yöntemlerin birleşimidir (Yozcu, 2011: 95).

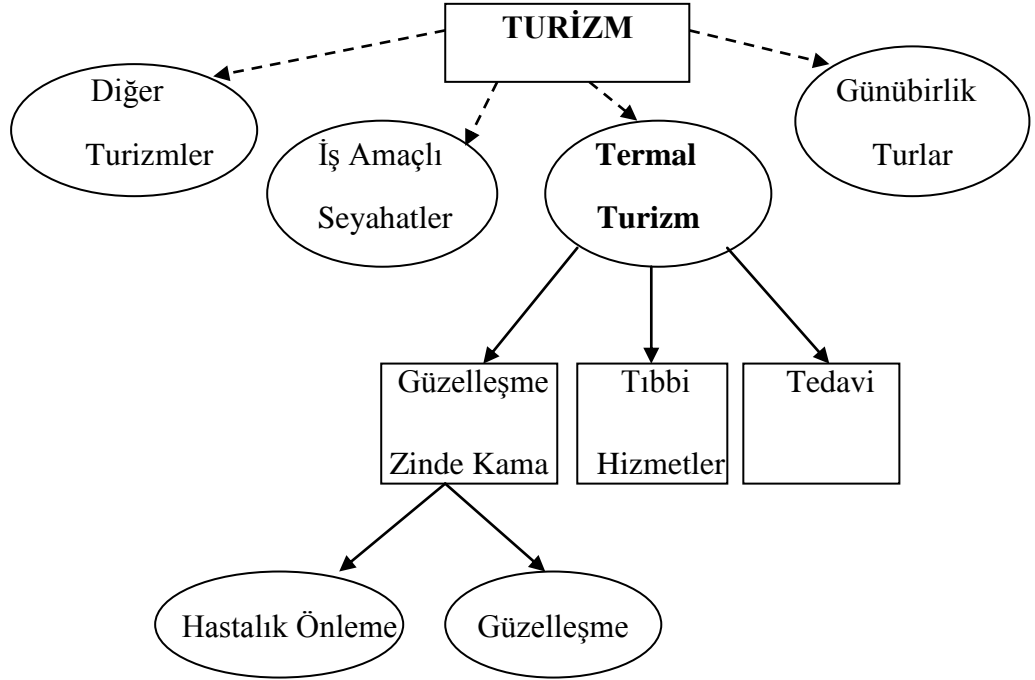
İnsanlar, sanayileşme ve yoğun çalışma hayatının olumsuzlukların dolayı sağlıklarına daha düşkün olmuşlardır (Emir ve Durmaz, 2009:25).Termal turizmde amaç termal suyla her gün iki-üç defa yıkanmak değildir. Asıl amaç, termal suyun tıbben belirlenmiş şifa özelliği ile uzman kişilerin uygun tedavi yöntemlerini uygulamasıyla meydana gelen turizm çeşididir (Erdoğan ve Aklanoğlu, 2007:84). Romatizmal hastalıklar başta olmak üzere, beslenme bozuklukları, strese bağlı sinirsel bozuklukları arttıran ortamların meydana getirdiği bozuklukları azaltmak için, Almanya, Fransa, İtalya, Avusturya vb. ülkeler deniz, kaplıca ve iklim olaylarından faydalanma imkanlarını aramışlardır. Başlangıçta sağlığı korumak ve iş verimini arttırmak için verilen çabalar zamanla iç ve dış turizm ile bütünleşen turizm olayına dönüşmüştür (Usta ve Zaman, 2015:188).

Şifalı sulardan yararlanma serüveni çok eski zamanlara dayanan bir turizm türüdür. İmkanların kısıtlı olduğu o dönemlerde insanlar hastalıklarına çare

bulabilmek amacıyla şifalı otlara veya şifalı sulara doğru yönelmişlerdir. Hatta bu şifalı sular kısa süre sonra insanların dini yaşamlarına da tesir etmiş ve sulara dini bir değer kazandırmıştır (Ayık, 2016:150). Termal suların şifa etkisi ile birlikte termal tesislerde uygulanan rehabilitasyon, egzersiz, diyet vb. destekleyici hizmetlerin birleşmesi yapılan kür uygulamalarının yanında termal tesislerin eğlence ve rekreasyon amaçlı kullanımı bu tesislerde hizmet çeşitliliğini de ortaya çıkarmıştır (Taktak ve Demir, 2010:21).

Şekil 3 incelendiğinde termal (sağlık) turizminin de temel turizm türleri içinde yer aldığı görülmektedir. Termal turizmi oluşturan yapılardan biri de insanların güzelleşmek ve zinde kalmak amacıyla yaptığı seyahatlerdir (Cihangir, 2016: 21).

**Şekil 3: Termal Turizmin Konumu**

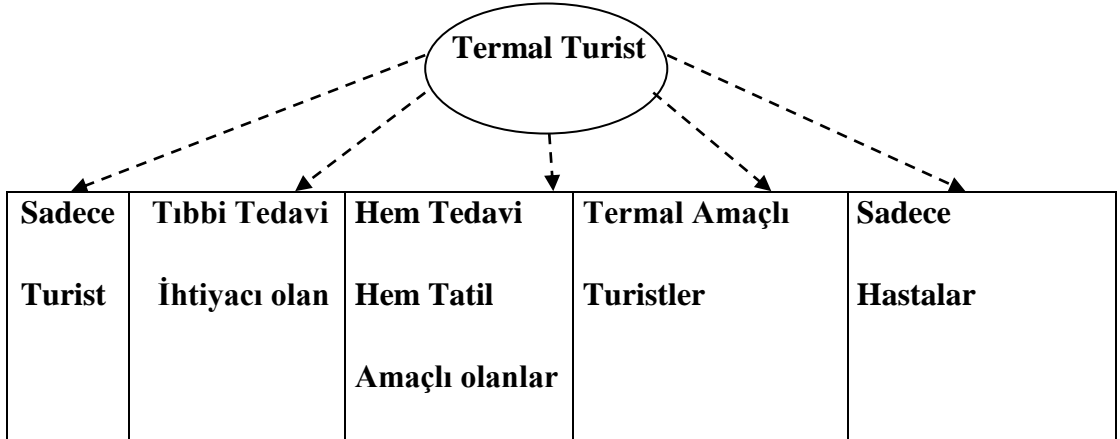


**Kaynak:** (Çetintaş, 2014: 79).



Şekil:4'de görüldüğü gibi, sadece turisti oluşturan grup, herhangi bir sağlık sorunundan dolayı seyahate çıkmayan ve gittiği yerde hiçbir sağlık hizmetinden yararlanmayan kişidir. Tıbbi tedavi ihtiyacı olan turistler, bu amaçla sağlık sorunları neticesinde gidilen yerdeki sağlık hizmetlerinden yararlanan kişilerdir. Hem tedavi hem de tatil amaçlı yapılan turizm, adından anlaşılacağı gibi iki amacı da gerçekleştirmek amacıyla yapılan seyahatlerdir. Termal amaçlı gidenler, öncelikli olarak gittikleri yerlerde termal hizmeti kullanırlar daha sonra iyileşme halinde de sunulan diğer hizmetleri kullanabilirler. Hasta olan kesimse sadece tedavi amacıyla seyahate çıkar ve iyileştikten sonra ülkesine geri dönen turist tipidir.

**Şekil 4: Termal Turist**



**Kaynak:** (Acayıp, 2012: 35).

### 2.1.3.1. Termal Turizmin Özellikleri

Termal kaynakların diğer turizm aktivitelerine dahilolabilme ve turizmin çeşitliliği açısından önemli avantajları vardır. Termal kaynakların deniz kıyısında, dağlık veya ormanlık alanlar gibi doğal çekicilikleri olan merkezlerde yer alması turizm çeşitliliği ve farklı çekim unsurlarıyla ilgiyi üzerinde toplar (Ekiz ve Yazıcı, 2016:68).Bu yerler, savaşlarda yaralanan askerlere bakıldığı için o dönemin şifa merkezleri olarak kabul edilmiştir (Turan, 2014: 14).

Son yıllarda termal turizmin büyük bir artış göstermesinde; insan sağlığının son derece önemli olması, insanların turizmde ki beklentilerinin değişmesi,

Avrupa'daki yaşı nüfusun artması, termal turizmin kıyı turizmi gibi yılın belli aylarında değil de yılın her ayına uygulanabilir olması, termal tedavinin uzun sürmesi, insanların kimyasal ve yapay tedavilerden sıkılması etkili olmuştur (Çetin,2011:902).

Termal kaynakların günümüzde önem kazanmasına bağlı olarak, termal tesis işletmelerinin, oluşan talebe daha profesyonel yaklaştığı görülmektedir. Özellikle yöre ekonomisine yaptığı katkılardan dolayı o bölgenin gelişmesine de yardımcı olmaktadır (Aylar, 2014: 263).

Termal turizmin temel özellikleri aşağıdaki gibi sıralanmıştır Bunlar: (Cihangir, 2016:23).

- Termal tesisler genellikle sağlık sorunu yaşayan yaş sınırı ilerlemiş turistlere hizmet etmektedir,
- Özel önlem veya işletmelerle kitlesel katılım arttırılmaktadır,
- Termal Turizm sağlık kavramının yanında turizm kavramını da içinde barındıran bir özel bir yapıdır,
- Termal turizm hem tedavi hem de tatil olayını gerçekleştirdiğinden yılın her gününde gerçekleştirilebilir,
- Termal kaynaklar kişi veya kişilere sağlık olanağı sunduğu gibi ülke ekonomisine de katkı sağlar,
- Sadece hasta insanlara değil, her kesime hitap ettiği için kapsamı oldukça geniştir.

#### **2.1.3.2. Termal Turizmin Diğer Turizm Çeşitlerine Göre Avantajları**

Termal turizmdeki temel düşünce bu suların; yıkanma amaçlı kullanımı dışında sağlık, ruhsal ve bedensel zindelik, tatil ve tedavinin eş zamanlı yapılma imkanının olmasıdır.

Termal turizmin sağladığı imkanlardan bazıları şunlardır: (Özdemir, 2015: 5).

- Mevsimsellik sorununu ortadan kaldıran her dönemde faydalanma sunan yılın her ayında turizm yapma imkanı sağlar,
- İnsan doğası gereği sağlıklı yaşam beklentisi içinde olduğu için bu tür tesislerden faydalanma oranı da yüksektir

- Sağlık temalı olduğu için birçok ekip ve ekipmana ihtiyaç duyulduğundan yüksek istihdam kaynağıdır,
- Diğer alternatif turizm türleriyle de bağlantılı olduğu için etkileşimi ve gelişimi oldukça fazladır.
- Sağlık tesisleri çok amaçlıdır. Bir yandan tedavi hizmetlerinden yararlanırken bir yandan da klasik konaklama hizmetlerinden yararlanılabilir,
- Kür merkezine sahip tesislerin maliyetini çabuk elde etmesiyle de kâr marjı ve rekabet gücü yüksektir.
- Bölgesel kalkınmaya ve turizm hareketliliğinin yaygınlaşmasına olanak sağlar (Gençay, 2010: 108).

### **2.1.3.3. Termal Turizmde Karşılaşılan Sorunlar**

Termal tesisler ve bulunduğu yörede birçok sorun bulunabilir. Bu sorunlar:

- Yerel yönetim birimlerince başlatılan bir kısım termal projede çevre ilişkilerinin imar planlarıyla denetim altına alınamaması sonucunda jeotermal kaynak çevresinde kısa süreliğine de olsa çarpık yapılaşmanın meydana gelmesi,
- Çevre ilişkilerinin denetim altına alınamaması sonucunda kıyı kesimlerde olduğu gibi ikinci konut taleplerinin artması ve jeotermal kooperatiflerinin ortaya çıkması,
- Yerel yönetimlerin dış pazarda tanıtım ve pazarlama yetersizlikleri,
- İşletilen tesislerde amaca uygun eleman ve personel yetersizliği,
- Kaynak koruma alanları üzerinde, yerel ölçekte ticaret ve pansiyon türü yapılandırmaların plansız ve denetimsiz bir şekilde kurulması,
- Jeotermal alanlarda termal turizm başta olmak üzere diğer entegre kullanımları ihmal etmeyen ve bu alanın içinde yer alan tüm kurumları kapsayan bütüncül ve yapılaşdırıcı bir yasanın olmaması,
- Jeotermal kaynakların sürdürülebilirliğini etkileyecek izinsiz ve kontrolsüz su sondajlarının yapılması,
- Jeotermal kaynakların genelde kamu mülkiyeti içinde yer alması,
- Bu alana özendirici yatırım teşviklerinin ve kredi olanaklarının yetersiz olması,

- İlk yatırım maliyetleri olan arazi tahsisi, su çıkartma, kullanma ve işletme işlemlerinin yatırımcıları korkutması olarak sıralanabilir ( Sandıkçı, 2008: 16-17).
- Altyapı olanaklarının yetersiz olduğu alanlara yüksek termal turizm yatırımları yapılması, karlılığı düşürür. Çünkü, altyapı yetersizliği talep yetersizliğini etkileyecek, bu da gelir azalışını tetikleyecektir.
- Üstyapı ve mimari yapı ile ilgili sorunlar; bu alanlardaki düzensizlik ve yetersizlik tesisin hizmet standartlarının gerisinde kalmasına sebep olmaktadır,
- Kaynak suların tanıtılmasında ve pazarlanmasında eksik ve yanlış tutumlar bu sektörün gelişimini engellemektedir(Sarıışık, 1994: 27).

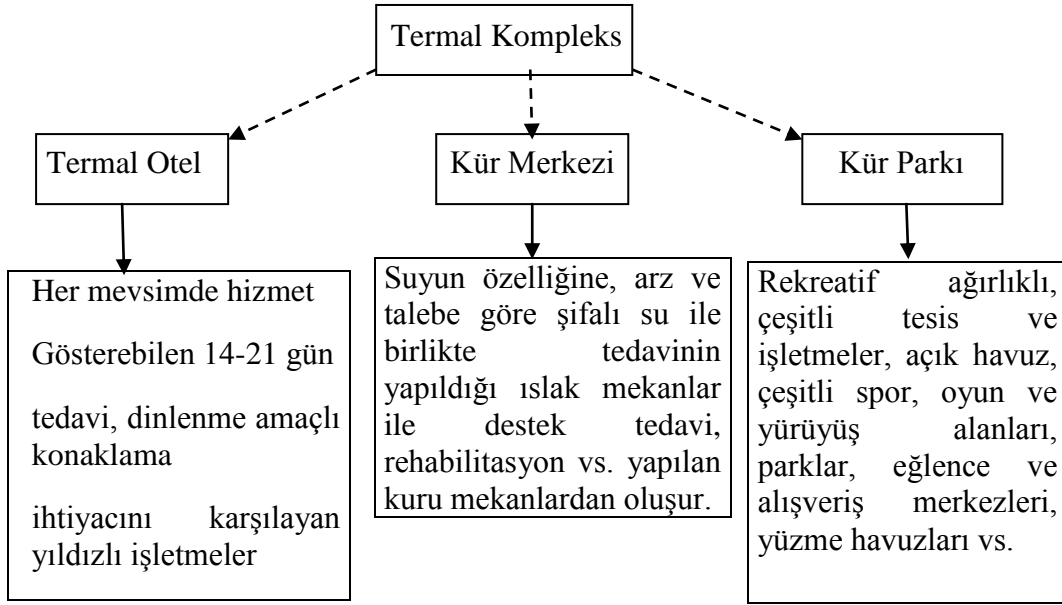
Bunların yanında işletme temelli sorunlardan biri de, termal tesislerin çoğunun standartların gerisinde kalmasıdır. Çoğu tesisin; başında termal kavramı olmasına karşılık, işletme içerisinde kür uygulamalarına yönelik en basit teknik cihazların bile bulunmadığı bilinen acı bir gerçektir (Çontu, 2007: 39).

#### **2.1.3.4. Termal Turizm Tesisleri ve Hizmet Standartları**

Termal turizm tesisleri;mineralize termal sular, içme suyu, deniz suyu, çamur gibi maddeler veya solunum yolu ile mekanik ve elektrikli araçlarla masaj ve beden antrenmanları gibi yöntemlerle insan sağlığını korumak veya iyileştirmek amacıyla hekim ve uzman personel gözetiminde gerçekleştirilen işlemlerin yapıldığı tesislerdir. Bu tesisler konaklama tesisleri ile ilişkili olarak yapılabilir, işletilebilir veya konaklama tesisleriyle birlikte belgelendirilebilir

Termal merkezde bulunacak olan tesisin öncelikle belge kavramı netleşmelidir. Eğer işletme turizm belgeli olacaksa, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından nitelikleri belirlenen “Turizm İşletmeleri ve Nitelikleri İlişkin Yönetmelik”de yer alan koşullara göre, belediye belgeli olacaksa eğer, belediye mevzuatına göre düzenlenmektedir (Türksoy ve Türksoy 2010:719). Termal turizm işletmelerinde tüm otel işletmelerinde ki tesis yapısı ve hizmet standartlarının dışında farklı olan özelliklerde mevcuttur (Sav, 2016: 88).Termal turizm tesisleri, klasik konaklama işletmelerine benzese de termal su kaynaklarını içine alarak veya yakınında kurulması ile diğer tesislerden ayrılır. Bu Şekil 5’te gösterilmektedir.

**Şekil 5: Termal Yapı**



**Kaynak:** (Özbek, 2015: 64).

Modern bir termal sistem üç ana bölümden oluşmaktadır. Bunlar (Gündüz ve Güler, 2015: 206).

- Konaklama Tesisi (Kür Oteli): Klasik otel anlayışını yansıtan yeme- içme, konaklama gibi temel hizmetlerin yanında, eğlence, dinlenme, spor gibi sosyal aktiviteleri de kapsayan hizmet işletmeleridir.
- Kür Merkezi: Termal suların mineralize özellikleri sayesinde uzman doktor ve personel yardımıyla gerekli tıbbi ekipmanların kullanılıp tedavilerin gerçekleştirildiği yerlerdir.
- Kür Parkı (Rekreasyon Alanları): Tesislerde konaklama ve tedaviler sırasında müşteri memnuniyetini arttırmak için, kalış ve tedavi süresi boyunca vakit geçirilebilecek alanlardır.

Termal tesislerdeki tedavi üniteleri, termal kaynaklardan faydalanılarak tedavi yapılan yerlerdir. Burada; termal banyolar, çamur banyoları, kapalı termal havuzlar, sauna, sualtı masajı ve fizik tedavi bölümleri, kapalı ve açık jimnastik alanları, duş alanları ve yürüme havuzları, solunum ve içme ile uygulanan tedavi bölümleri bulunmaktadır (Bastem, 1997: 25).

Hizmet; genel anlamda üretildiği anda ve yerde tüketilen, memnuniyeti o anda ortaya çıkan ve belli bir standart geliştirilmesi oldukça güç olan bir kavramdır.

Standart ise; Belli bir kalıba göre uyarlanmış veya ayrılmış, ölçülü tek biçim şeklinde tanımlanabilir. Turizm başlı başına emek yoğun bir sektör olduğu ve hizmet odaklı çalışıldığı için, termal turizm işletmeleri bu kapsamda değerlendirilir. Termal tesisler; Turizm Bakanlığı'nın belirlediği standartları oluşturarak hizmet durumunu belli seviyeye yükseltmektedir. Ancak bunlar tek başına yeterli olmamaktadır. Çünkü turizm işletmelerinde hangi mal ve hizmetin sunulduğunun yanı sıra nasıl sunulduğunun da önemi büyüktür (Çontu, 2015:20).

Termal turizm işletmelerinin klasik konaklama işletmelerine göre daha karmaşık yapıda olması bu tesislerin yönetim ve organizasyon yapılarında da değişikliklere sebep olmaktadır. Bu etkenler termal turizm işletmelerine şu farklılıkları kazandırmaktadır:

- Termal tesisler termal kaynak üzerine kurulu olduğu için, normal konaklama işletmesinin karşıladığı yeme-içme konaklama hizmetinin yanında çeşitli kürlerin uygulandığı kür merkezlerinin kurulması,
- Bu tesislerdeki müşteri tipleri farklı olduğu için, tedavi hizmetleri ve konaklama hizmetleri aynı anda verilmektedir,
- Tedavi amacıyla gelen turistlerin kür uygulamaları belli saatleri kapsadığı için, geri kalan boş zaman kavramını dolduracak rekreatif çeşitliliği oluşturulmalıdır,
- Tedavi amacıyla gelen turistlerin tüm yönden dengeli bir uygulama sağlayabilmeleri için beslenme hizmeti veren yiyecek- içecek departmanı ile kür merkezi arasında iyi koordinasyon sağlanmalıdır,
- Kür tedavinin uzun sürmesi ve bedensel rahatsızlığı olan hastaların daha çok yardıma ihtiyacı olmasından dolayı uzman personel istihdam edilmelidir,
- Personelin sürekliliğinin sağlanması gerekir,
- Termal işletmelerde hastalar hassas olduğu için, hijyen kurallarına çok fazla dikkat edilmelidir,
- Hasta ve normal turistlerin bir arada bulunması çeşitli çatışmalara sebep olabileceğinden en baştan çok iyi bir organizasyon planlanmalıdır,
- Termal turizm işletmelerinde turizm de meydana gelen değişimler yanında tıp teknolojisinde de meydana gelen gelişmeler ve değişimler yakından takip

edilmeli ve ihtiyaçlar doğrultusunda tesise uyarlanmalıdır (Kaçar, 2014:10-11).

Bu özelliklere ilave olarak termal tesislerde aşağıdaki özelliklerin de bulunması gerekir;

- Tesis bünyesinde olmaması halinde ikinci sınıf lokanta,
- Çeşitli spor aktivitelerine olanak sağlayan alanlar,
- Özenli çevre düzenlemeleri,
- Giriş tesisleri ve satış ünitelerini içeren düzenlemelerin de bulunması gerekir ( Çetintaş, 2014:80).

Bu özelliklerden de anlaşılabilieceği gibi, termal işletmeleri diğer konaklama işletmelerinden ayıran birçok farklılık olduğu görölmektedir. Bu işletmelerde ortak amaç, müşterilere kaliteli hizmet sunumunu gerçekteştirebilmek ve işletme için gerekli, onu ileriye götürecek karı sağlamaktır (Babaç, 2014: 26). Ayrıca termal turizm merkezleri tasarlanırken, farklı gelir gruplarının da göz önünde bulundurulmasına dikkat edilmelidir. İlk olarak termal turizmin kurulacağı bölgenin çevresel verileri oldukça önemlidir. Sorunlar en iyi şekilde analiz edilmeli ve mümkün ölçüde tesis dışında tutulmalıdır. Tesis için olumlu etki yapacak faktörlerde tesisle şartlara uygun bir şekilde uyarlanmalıdır. Yani, bölgenin tarihi, kültürel, doğal, sanatsal, mimari yapıları ile etkileşim halinde olması sağlanmalıdır (Erhan şemşimoğlu, 2010: 70).

Kaplıca tesisleri ile ilgili olarak Sağlık Uygulama Tebliğinin “2.4.4.J – Kaplıca Tedavileri” başlıklı bölümünün 3 üncü maddesinde ‘‘Kaplıca Tedavisine gerek görölenler, Sağlık Bakanlığınca işletme izni verilen kaplıca tesislerine müracaat edebilirler. Sağlık Bakanlığınca işletme izni verilmeyen kaplıcalarda tedavi görenlerin, kaplıca tedavilerine ait bedeller Kurumca karşılanmaz’’. Sağlık Bakanlığı tarafından işletme izni verilmiş tesislere müracaat edenler, bu tedavilere yönelik yol, gündelik ve refakatçi giderleri sosyal güvenlik kurumunca ödenir. Bu ödeme şekli aşağıdaki belirli hükümler dikkate alınarak gerçekteştirilmektedir(Sosyal Güvenlik Kurumu, 2014).

- En az bir uzman hekimin yer aldığı sağlık kurulları tarafından içinde tanı, önerilen tedavi, seans ve gün sayısının belirtildiği rapor hazırlanması,
- Bu hastalar Sağlık Bakanlığınca işletme izni verilen işletmelerde tedavi görürken, işletme izni olmayan tesislerde banyo, yol, gündelik ve refakatçi giderleri kurumca karşılanmaz,
- Tedavi için düzenlenen rapor 6 ay içinde işleme konulmazsa yeniden rapor hazırlanması öngörülmüştür,
- İşletme izni verilen tesislerle sözleşme yapıncaya kadar giderler hasta tarafından karşılanacak olup, tedaviye ilişkin fatura ve sağlık raporuna dayanılarak her bir gün için bir adet olmak üzere fiyat listesinde 702.020 kodu ile yer alan “banyo-kaplıca” bedeli hastaya ödenir.
- Yol giderleri için tedavinin gerçekleştirilebileceği en yakın termal tesis dikkate alınır ve mutat taşıt bedeli üzerinden ödeme yapılır.
- Refakatin tıbben gerekli olduğu raporlamada da refakatçi giderleri kurulca karşılanır.
- Gündelikler, il dahilindeki sevklerde 100, iller arası sevklerde 200 gösterge rakamının devlet memurları aylıklarına uygulanan katsayı ile çarpımı sonucu bulunacak tutar üzerinden ödeme yapılmaktadır.

Türkiye’deki kaplıca sularının değerlendirilmesinden sorumlu kuruluşlar ve görevlerine baktığımızda termal sularla ilgili değerlendirmeleri yapan en önemli iki bakanlık vardır: Sağlık Bakanlığı ve Kültür ve Turizm Bakanlığı.

**1. Sağlık Bakanlığı:** Bu bakanlık sağlıkla ilgili tüm kuruluşların denetimini yapar.Görevleri arasında; Üniversite ve tıp fakülteleri ile iş birliği yaparak, kür doktorları ve sağlık personelinin yetişmesini sağlamak, deniz, kaplıca ve içme sularının analizini yaparak olumlu ve olumsuz etki yaptığı hastalıkları tespit etmek, sağlık tesislerine ilişkin yönetmenliğin hazırlanmasını sağlamak,sayılabılır. Termal tesisler; eğer fizik tedavi merkezi olarak çalışacak ise Sağlık Bakanlığı'ndan izin almak zorundadır.

**2. Kültür ve Turizm Bakanlığı:** Birinci derece önemli ve öncelikli termal ve kür merkezlerinin imar-9 planının hazırlanması veya hazırlatılması, içve dış kaplıca turizmüne dönük konaklama tesislerinin kurulması için belge ve kredi olanaklarının sağlanması, altyapı tesisleri ve tedavi amaçlı kür merkezlerinin



kurulmasına da gerekli teşvikleri sağlamak, bu konular ile ilgili olarak yurtiçi ve yurtdışı tanıtma faaliyetlerinde bulunması görevleri olarak sıralanabilir (Erhan Şemşimoğlu, 2010: 41-42).

### **2.1.3.5. Dünyada Termal Turizm**

Tarihte termal suların kullanımı ve tedavi etkisi konusunda bilimsel ilk çalışma Yunanlılar tarafından yapılmıştır. Bu zamanda ünlü düşünür Yunan tarih bilim adamı Heradot 9 ciltlik eserinde, termal tedavinin ana ilkelerinden bahsetmiştir. Böylece termalizm konusunda basit ancak bilinçli adımlar atılmaya başlanmıştır(Bayer, 1997: 23).

Kaplıcaların sağlık tedavilerinde kullanımı tüm ülke topluluklarında çok eski zamanlara dayanan ve halen devam eden bir sağlık geleneğidir. Birçok ülkede kaplıca tedavisinin geleneksel özellikleri değişmezken, Almanya, Fransa, İtalya, Japonya ve İsrail gibi ülkelerde ki kaplıca tedavi uygulamaları eski zamanlara göre kalite ve yaygınlık bakımından yüksek standartlara ulaşmıştır. Avrupa’da termal kaynaklara dayalı birçok kaplıca merkezi bulunmaktadır (Gülen ve Demirci, 2012:63-64). 263 adet resmi belgeli termal tesis ve 750.000 yatak kapasitesi olan Almanya için termal turizm sektörünün diğer Avrupa ülkelerine göre daha önemli olduğu görülmektedir. DasLeuze Kaplıca ve Rekreasyon Tesisleri’nin yaz aylarındaki ziyaretçi sayısı 8000’dir. Bu rakam bütün bir yıla dağıtıldığı zaman gün içerisinde ortalama 3000 ziyaretçiyi ağırladığı görülmektedir (Çakan, 2016: 15).

Almanya’da ki sağlık turizmi destinasyonlarındaki dinlenme ve sunulan hizmet olanakları incelendiğinde wellness hizmetinin ilk sırada yer aldığı ve tüm yaş düzeyindeki bireylere hitap ettiği, çok çeşitli aquatik rekreasyonel ve eğlence hizmetlerine yer verildiği görülecektir (Gül, 2015: 93). Almanya’da ki termal sağlık hizmetlerinde tedavi ücretlerinin büyük bir kısmı ülkede ki sosyal sigortalar ve kamu kuruluşları tarafından karşılanmaktadır. Bu yüzden tesislerdeki doluluk oranlarında dalgalanmalar yaşanmamaktadır (İlker, 2012: 146).

Son yıllarda Avusturya, 81 termal ve SPA tesislerini geliştirerek Avrupa’nın termal alanında 2. ülkesi olmuştur. Termal tesis olarak; 550 otel spa, 80 adet wellness, 750 spa ile Almanya’nın 3 katı gelir ile Pazar payını ve rekabet gücünü arttırmıştır ve Avrupa pazarının %10’nu ele geçirmiştir (Cihangir, 2016: 17).

Fransa, Almanya ve İtalya'dan sonra 115 termal istasyonla yılda 570 000 termal küriste sahip Avrupa'nın 3. Termal ülkesidir. (Malie, 2014: 5-6).

Çek Cumhuriyeti ve Slovakya'da son yıllarda sağlık anlamında çok gelişmiş termal sağlık merkezleri kurulmuştur. İki ülkede 60 tedavi edici merkez olmakla birlikte yılda 500.000'e yakın hastaya bu tesislerde sağlık hizmeti verilmektedir (Üçpunar, 2013: 105).

Rusya da termal turizmde kendine yer edinen ülkeler arasındadır. Gelişmiş kaplıca merkezleri bulunmaktadır. Her üç Rus vatandaşından birisi hayatında bir defa da olsa kaplıcaya gitmektedir. Bu durum, Rusların kaplıca kültürüne sahip olduklarının göstergesidir. Letonya, Litvanya ve Estonya'da tedavi amaçlı çok sayıda kaplıca mevcuttur. Kalp hastalıkları, sinir ve sindirim sistemi rahatsızlıkları, astım, depresyon gibi birçok hastalığın tedavisi mümkündür ve bu pazarın merkezinde Finlandiya'dır (Yozcu, 2011: 123).

Macaristan, termal kaynak zenginliği bakımından dünyanın gözde ülkelerinden birisidir. Termal ve şifalı sular ülkenin %80'lik gibi büyük bir kesimini kapsamaktadır. Jeotermal gradyen değeri dünya ortalamasının 1,5 katıdır ve su sıcaklığı her 100 metrede %5 artmaktadır. Günde 4 milyar su üreten 1289 kayda geçmiş termal kaynaktan 270 tanesi banyo amaçlı kullanılmaktadır. Turizm değerini, termal sular içinde eriyik madensel tuzların balneolojik faydalarından kaynaklanır (Çelik, 2009: 37).

Amerika Birleşik Devletlerinde yer alan Arkansas eyaletinde, 55 bin gibi çok sayıda insanın yararlanabileceği termal tesislerin kuruludur, Hawai'deturizmi yılın tamamına yaymak için yapılan termal tesislerde çeşitli termal uygulamalara da yer verilmiştir (Güvenç, 2007: 47).

126 milyon nüfuslu Japonya'da, termal olanakları ve hizmet kalitesini arttırmış bir şehir olan Beppu şehrine termalizm amaçlı yılda 12-13 milyon turist gelmektedir. Japonya'da var olan 1500 civarındaki termal kaplıcada 100 milyon kişi termal turizm yapmaktadır. Bu şehirde 1000 litre/saniye jeotermal su termalizm amaçlı kullanılmaktadır (Çontu, 2006: 46).

İtalya’da kaplıca kültürü, Romalılar zamanına kadar uzanmaktadır. İtalya termal açıdan Müntecatini Terme Termal Merkezi ve Terme Eugane olmak üzere iki tane önemli termal bölgesi mevcuttur. Bu bölgeler de ki termal su ve çamur banyoları bakımından ülkenin gözde merkezlerindedir (Kaynar, 2005: 19).

Dünyada termal turizm üzerine yapılan yatırımlar her geçen gün artmaktadır. Çağa uygun şekilde gelişen tesis ve çok çeşitli tedavi yöntemleriyle (balneoterapi, klimaterapi, çamur vb.) ülke ekonomisine büyük katkı sağlar. Avrupa’nın termal kaynak zenginliği Türkiye’nin 10’da biri olmasına karşılık turist çekme potansiyelleri kaynak yapısına göre çok yüksektir ( Sav, 2016: 83).

### **2.1.3.6. Türkiye’de Termal Turizm**

Ülkemizde var olan 1500’ün üzerinde kaynaktan sağlanan termal sular, gerek debi ve sıcaklıkları gerekse de suların bileşiminde bulunan fiziksel ve kimyasal özellikleri sayesinde birçok ülkede ki termal kaynak standartlarından daha kaliteli ve etkilidir (Özdemir, 2015:7).

Türklerde ilk defa kaplıca kavramından bahseden, ünlü Türk hekimi İbni Sina (980-1037)’dir. Ünlü hekimin “Kanun” adlı kitabında kaplıcalar ve bu kaplıcaların kullanım şekilleri ile ilgili bilgiler bulunmaktadır (Üçpunar, 2013: 100).

Türkiye’de son yıllarda özellikle termal turizm faaliyetlerinde ve termal yatırımlarında artışlar olduğu ve bununla birlikte tarihi ve kültürel değerlerde ilerlemeler olduğu görülmektedir. Türkiye’deki kaplıcalardan her yıl yaklaşık olarak 8,5 milyon civarında Türk vatandaşı yararlanmaktadır. Ancak, mevcut kaynakların %5’i bir tesis vasıtasıyla kullanıma sunulmaktadır. Pek çok termal bölgede termal sularımız kaynak yokluğu nedeniyle boşa akmaktadır (Dinler, 2014: 7). Termal kaynaklar doğru bir şekilde değerlendirildiğinde, bu tesislerdeki tedavi süresi ve tedavi çeşitleriyle ekonomik yapı yani termal turizmin getirisi diğer (deniz-kum-güneş) turizm getirilerinden iki kat fazla olabilir (Çontu, 2006: 38).

Avrupa’nın birçok ülkesinde iklim şartları nedeniyle termal sağlık ve kür hizmetlerinden yararlanma süresi 100-120 gün civarında olmasına karşılık, Türkiye’de bu oran yıllık toplam güneşli gün sayısı, ortalama nem, sıcaklık ve rüzgar, deniz

kenarları, ormanlık ve dağlık alanların da etkisiyle 220-240 güne tekabül etmektedir (Saturk, 2016).

Türkiye termal suları Avrupa termal sularından içerik ve sıcaklık olarak daha üstündür. Bu bağlamda Türkiye ve Avrupa kaplıca sularını karşılaştırdığımızda (Tavşan, 2012: 17).

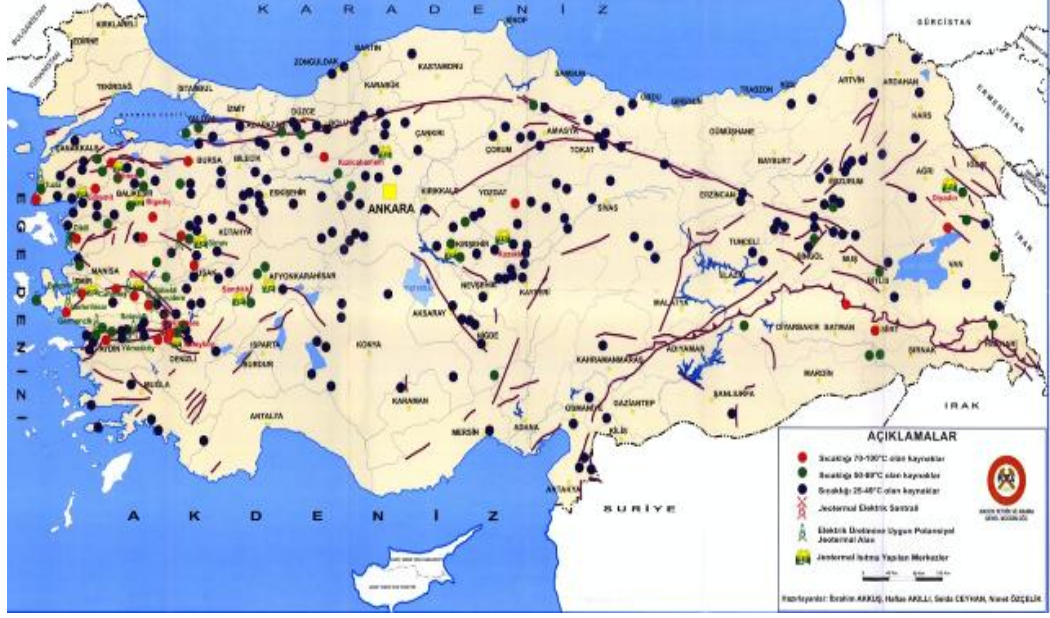
- Türkiye termal suları doğa ve bol su verimli olmasına karşılık Avrupa termal suları, genellikle sondaj şeklinde yüzeye çıkartılan yer altı kaynak suları şeklindedir,
- Türkiye kaplıca suları çeşitli rahatsızlıkların giderilmesinde kullanılan içindeki eriyik madde bakımından oldukça zengindir. Avrupa termal suları ise, eriyik madde ve tedavi özellikleri bakımından sınırlı özelliklere sahiptirler,
- Türkiye termal sularının bir kısmı deniz kıyısında, bir kısmında yükseltisi fazla olan dağlık ve ormanlık alanlarda bulunmasından dolayı bu kaynakların kullanımında çeşitlilik, çekicilik avantajları sağlamaktadır.
- Ülkemizde ki kaynaklarda uygulanan kür süresi neredeyse Avrupa'nın iki katıdır.

Türkiye'de termal turizmi geliştirmek ve yaymak amacıyla başta Kültür ve Turizm Bakanlığı başta olmak üzere bu konuyla ilgili birçok çalışma mevcuttur. Bu çalışmaların başında Bakanlıkça 2007 yılında hazırlanan Türkiye Turizm Stratejisi ve Termal Turizm Master Planı yer almaktadır. Türkiye Turizm Stratejisi Eylem Planı (2007-2023) kapsamında Termal Turizm Master Planı ile öncelikli olarak dört bölge için termal turizm master planı hazırlanmasına öncelik verilmiştir (Sav, 2016: 84).

Hazırlanan bu Master Planı'nda 4 ana bölgeden ilki Güney Ege Termal Turizm Bölgesi'dir ve bölge şehirleri ise, Aydın, Denizli, İzmir ve Manisa'dır. İkinci bölge Güney Marmara Termal Turizm Bölgesidir ve bu bölgenin şehirleri ise, Balıkesir, Çanakkale ve Yalova'dır. Üçüncü termal turizm bölgesi, Frigya termal turizm bölgesidir ve bu bölgenin turizm şehirleri ise, Afyonkarahisar, Ankara, Eskişehir, Kütahya ve Uşak'tır. Son bölge ise Orta Anadolu Termal Turizm Bölgesi'dir ve bu bölgenin şehirleri ise, Aksaray, Nevşehir, Kırşehir, Niğde ve

Yozgat illeridir. (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Termal Turizm Master Planı, 2017).

**Şekil 6:**Türkiye jeotermal Kaynaklar Haritası



**Kaynak:** (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, 2017).

Termal kaynak haritasına göre, Ege ve Marmara Bölgeleri başta olmak üzere, Türkiye'nin hemen hemen tüm bölgelerinde termal kaynaklara rastlamak mümkündür. Ülkemizde termal otellere giriş yaban yabancı sayısı 203621 iken yerli ziyaretçi sayısı 1134851 olup toplamda 1338472 kişidir. Bu ziyaretçilerin termal tesislerde toplam geceleme sayısı 2603136, ortalama kalış süresi 1,9 ve toplam doluluk oranı %33,83'tür (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, 2016).

Ülkemizde ki termal potansiyelin yüksek olması ve buna bağlı olarak termal turizm merkezlerinin de fazlaşmasına olanak sağlar (Sarıışık, 1994: 36). Türkiye, termal potansiyelin zenginliğine rağmen bu kaynaklardan yeterince faydalanamamaktadır. Zamanla bu kaynakların bilinçsiz kullanımı ve kirletilmesi bu kaynakların tükenmesine veya verimliliğinin düşmesine neden olmaktadır (Erhan Şemşimoğlu, 2010: 16). Japonya'nın Beppu şehrine yılda termal turizm amaçlı 13 milyon üzerinde kişi seyahat ettiği göz önüne alındığında Türkiye birçok alanda görülen büyümeye, bulunduğu coğrafi konum ve termal zenginliklerine rağmen iç ve

dış turizmde patlama yapacak termal kaynak dinamiklerini yeteri kadar kullanamamaktadır (İlban, Köroğlu ve Bozok, 2008: 106).

### **2.1.3.7.Balıkesir’de Termal Turizm ve Termal Kaynakların Özellikleri**

Anadolu’daki şifalı sulardan Hititler zamanından beri yararlanıldığı bilinmektedir (Doğaner, 2001: 75). Balıkesir termal kaynak bakımından tarihi incelemeler yapıldığında dünyanın ünlü şifalı sularına sahip bir şehirdir. Mısırlılar, Romalılar ve Bizanslılar zamanında işletilmiş ve o zamanlarda büyük bir ilgi gören Gönen Kaplıcaları 73 derece sıcaklıktaki suyuyla hem banyo yapılarak, hem içilerek hem de solunum rahatsızlığı gibi hastalıkların tedavisi için solumak suretiyle yararlanılmıştır (Bozok, 2008: 87).

Balıkesir ve İlçeleri termal kaynak zenginliğinin yanı sıra, bu kaynakların içerisinde bulunan fiziksel ve kimyasal yapıdaki bileşenleri açısından ülkemizin üstün nitelikteki şifalı suları arasında yer almıştır. Bu suların özelliklerine baktığımızda (Kaçar, 2014: 14).

- Eriyik ve mineral değeri yüksek, kükürt, tuz ve radyon bakımından oldukça zengindir,
- Doğal çıkışlı, suyu bol ve verimlidir,
- Sıcaklık değerlerinin farklı olması, bunlara bağlı olarak uygulanan (banyo, içme, soluma vb) tedavi yöntemlerinin de farklı olmasını sağlamıştır.
- Kaynak çevresinde tedavi ve dinlenme amacının dışında rekreasyon alanları ile de dikkat çeker.
- Kaynakların kullanımı açısından çeşitlilik sağlar.

Balıkesir İl’i suları genel olarak değerlendirildiğinde, sondajlar dahil kaynak sıcaklıkları 100 dereceden düşüktür. Hisaralan ve Hisarköy jeotermal alanlarında bu sıcaklık değerinin artması beklenir. İletkenliklerine baktığımızda en fazla 6100 (Pelit Köy) olmuştur. PH değerleri 6,4-9,05 oranında bir değer göstermektedir ve kaynakların beslenme ortamlarına göre sodyum kalsiyum bikarbonatlı, sülfatlı klorürlü olarak değişik miktarlarda eriyik madde içerirler (Yılmaz, Karahan ve Vural, 2011: 105).

## **T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Belgeli Balıkesir İli Termal Tesisleri ve Kaplıcaları**

Asya Pamukçu Termal	AdrinaHealt&Spa Hotel
Adramis Termal Otel	Göre Saruhan Termal Otel
Entur Termal Otel	Gönen Kaplıca Otel
EmendereResort Otel	Sındırgı Obam Termal Resort&Spa
Sındırgı Obam Termal Resort&Spa	Şimal Termal
Afrodit Termal Otel	HattuşaAstrya Termal Resort&Spa
Heramis Termal Otel	Hisarköy Termal Tesis

Hera Termal Tesisleri (Balıkesir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2014).

### **Belediye Belgeli Termal Tesisleri**

Pamukçu Kaplıcası	Bigadiç- Hisaky Kaplıcası
Balya-İlıca Kaplıcası	Edremit –Derman Kaplıcası
Bigadiç-Hisarköy Kaplıcası	Edremit-Göre Kaplıcası
Edremit-Derman Kaplıcası	PelitkyZeytinpınarı İmesi
Karaağaç Kaplıcası	Dutluca Ky İmeleri ve Damlarca Suyu
Bostancı Ky Kaplıcaları	Sındırgı-Emendere Kaplıcası
Sındırgı-Hisaralan Kaplıcası	

Susurluk-Kepekler Kaplıcası (Erentürk, 2011: 14-15).

Sağlık Bakanlığı tarafından işletme izni verilen tesislerde kaplıca tedavisi görmek isteyenlerin yol, gündelik ve refakatçi giderleri Sosyal Güvenlik Kurumu tarafından karşılanmaktadır. Balıkesir’de Sosyal Güvenlik Kurumunun tedavi masraflarından bir kısmını karşıladığı kurumlar şunlardır:

- Balıkesir Edremit Göre Termal Resort.
- Balıkesir Manyas Serpin Manyas Termal Tesisi.
- Balıkesir Bigadiç Hera Termal.
- Balıkesir Edremit Afrodit Termal Otel.
- Balıkesir Edremit HattuşaAstryaThermalResort&Spa.
- Balıkesir Edremit Göre Saruhan Termal Otel.
- Balıkesir Edremit Adrina Hotel De LuxeHealt&Spa.
- Balıkesir-Edremit Entur.

- Balıkesir-Edremit Adramis Termal Otel.
- Balıkesir-Gönen Gönen Kaplıcaları.
- Balıkesir-Balya Ayaç Termal Otel.
- Balıkesir-Susurluk Şifa Termal Otel.
- Balıkesir-Susurluk Termal Vadi Misya.
- Balıkesir-Altıeylül Pamukçu Asya Termal Otel.
- Balıkesir-Sındırgı Obam Termal Resort&Spatesisleri Sosyal Güvenlik Kurumunun anlaşmalı olduğu kurumlar arasındadır (Sosyal Güvenlik Kurumu, 2016).

Balıkesir gerek termal potansiyeli gerekse su kalitesi bakımından ülkemizin termal yönden verimli illeri arasındadır. Bu alanda birçok avantaja sahip olmasına rağmen bu avantajları yerinde değerlendiremediğinde zayıf noktaları ortaya çıkmıştır.

Aşağıdaki Tablo 2’de Balıkesir’in termal turizm alanındaki swot analizine detaylı bir şekilde yer verilmiştir. Tabloda da belirtildiği gibi Balıkesir deniz turizminin gerçekleştirildiği il olmasına rağmen termal alanda da oldukça iddialıdır. Termal bölgede yer alması, su kalitesinin ve debisin yüksek olması, birçok hastalığa iyi gelmesi, termal alanda potansiyelinin yüksek olması, suların doğal çıkışlı olması termal alandaki güçlü yönlerini göstermektedir. Fakat bunların bilinçli ve bilirdir kişilerce hizmete sunulmaması Balıkesir’i bu alanda ilerletmemiştir.

**Tablo 2: Balıkesir’in Termal Turizm Alanında Swot (GZFT) Analizi**

<b>Güçlü Yönler</b>	<b>Zayıf Yönler</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sağlık turizmi için yeni bir çekim merkezi,</li> <li>• Uluslar arası işbirlikleri,</li> <li>• Uluslar arası kuruluşlara üyelik,</li> <li>• Fiyat avantajı,</li> <li>• Devlet desteğinin olması,</li> <li>• Dünya standartlarına hizmet verebilecek alt yapı ve üst yapı olanaklarının iyileştirilmesi,</li> <li>• Dünya turizmde tercih edilen ve kalitesine güvenilen 10 ülkeden biri olması,</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sağlık turizmi ile ilgili mevzuatın zayıf olması,</li> <li>• Sağlık turizmi alanında çalışacak personel sayısının uzmanlık olarak yetersizliği ve sayıca azlığı,</li> <li>• Kurumlar arası koordinasyon eksikliği,</li> <li>• Uluslar arası lobi faaliyetlerin eksikliği,</li> <li>• Sağlık alanındaki kurumlar arasındaki bilgi paylaşımının yetersiz kalması,</li> </ul>



<b>Tablo 2 - Devamı</b>	
<b>Fırsatlar</b>	<b>Tehditler</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Avrupa, Türk Cumhuriyetleri ile Ortadoğu ve Kuzey Afrika ülkelerine yakınlık,</li> <li>• Sağlık kongrelerinde ki tercihler arasında Türkiye'nin de yer alması,</li> <li>• Uçak bilet fiyatlarında ki indirim tarifeleri,</li> <li>• Alt yapı ve Üst yapı Olanaklarının iyileştirilmesi,</li> <li>• Tıp alanında meydana gelen gelişmelerin yakından takip edilmesi ve uygulama alanlarına yerleştirilmesi,</li> <li>• Vize uygulamalarındaki gelişmeler,</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Uluslar arası pazarda rekabetin artması,</li> <li>• Küresel ekonomik durgunluk ve zaman zaman ortaya çıkan krizler,</li> </ul>

**Kaynak:** (Güney Marmara Kalkınma Ajansı, Balıkesir İl Kültür Turizm Müdürlüğü, 19.04.2017.tarihinde erişildi).

## **2.2. Girişimcilikve Turizm Girişimciliği**

Girişim sözcüğünün Latin dillerindeki gelişimi günümüzde girişimcilik kavramını anlamamız açısından yönlendirici bir etken olmuştur.Girişim sözcüğü, ilk kez 15. Yüzyılda eski Fransızcada kullanıldığı varsayılan “entreprendre” sözcüğüdür (Beybur, 2009: 2). Genel anlamda girişim; girişimcilik faaliyetleri sonucunda girişimcinin ortaya koyduğu oluşum veya yapılarıdır (Küçük, 2010: 30).

Girişimci terimi ilk olarak 1700'lü yılların ortasında kullanılmış ise de, ekonomi alanında hak ettiği yeri Schumpeter'i tarafından belirlenmiş olup girişimci kavramı; yeni pazar, ürün veya süreç fırsatlarını tespit ederek, bu fırsatlardan faydalanmak amacıyla iktisadi faaliyetin başlatılması ve genişletilmesi yönünde çabalayan kişidir (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2014).Kâr hedefi içinde olup, üretim faktörlerini en son teknik, yöntem ve bilgilerle bir araya getiren, ürün ve hizmet üreten veya üretilen ürün ve hizmetleri piyasaya sunan, satış sonrası meydana gelecek kâr ve zararı üstlenerek, riski karşılayan ve ticari gelişmeyi hedefleyen kişidir (Dolgun, 2003:4).Başka bir tanımlamada ele alınan girişimci, kaynaklar konusunda öngörüde bulunarak, işi planlayan, insan kaynaklarını örgütleyerek girdilerin işlenmesini sağlayan ve elde edilen çıktıyı da karlılık yaratacak biçimde

tüketicilerin hizmetine sunma becerisi gösteren kişidir (Soydan, 2009: 7). Bunun yanında girişimci, işletmenin finansal sermayesini sağlayan, yenilikçi, yönetici, organizatör ve ekonomik kaynakları koordine eden, üretim faktörlerini bir araya getiren kişidir (Taşkın, 2009: 49).

Girişimcilik kavramı, Fransızca “entreprendre” ve Almancada “unternehmen” sözcüklerinden türetilen ve Türkçede ‘üstlenmek anlamına gelen bir fiili ifade eder. Risk ve belirsizlik koşulları altında, kazanç elde etme ve büyüme amacı ile yenilikçi bir ekonomik organizasyonun oluşturulmasının yanında, fırsatların önemine dikkat çeken bir düşünce biçimi, planlı davranışlar bütünü olarak ifade edilen bir kavramdır (Güney, 2008: 59). Başka bir tanıma göre ise, yeterli çaba ve zaman tahsis edilerek, finansal, fiziksel ve sosyal kaynakları kullanarak ve oluşabilecek risklere katlanılarak parasal ödüller, kişisel tatmin ve özgürlük elde edilerek yeni bir değer yaratma sürecidir (Cansız, 2013: 14).

### **2.2.1. Girişimciliğin Önemi**

Girişimcilik bir ülkede ekonomik büyümeyi ve işsizlik sorununu ortadan kaldırır. Yani bir ülkede girişimcilik arttıkça yeni iş olanaklarını arttırmakta ve ekonomiyi canlandırmaktadır. Rekabet ortamı arttıkça firmaların etkinliği artacak bunun sonucu olarak da tüketiciler ve toplum lehine daha iyi mal ve hizmet üretimi gerçekleşecektir. Girişimciliğin özendirilmesi ile başarılı girişimciler, üretkenliği ve iş olanaklarını arttırarak toplum refahını arttırırlar, girişimciliğin en önemli faydalarından biri de bireyin kendi potansiyelini ortaya koyma ve kendisi olmasına imkan sağlar (Döm, 2008: 33-34). Bunların yanında yeni ürün ve hizmetler sunar, büyük firmaların ürün ve hizmet tamamlayıcısı olmak, toplumun talep ettiği rutin (kuaför, tamirat, temizlik vs) hizmetleri sunmak, çeşitliliği ve kaliteyi arttırarak buna paralel rekabeti arttırmak olarak da sayılabilir (Saylan, 2011: 31).

Genel anlamda girişimciliği etkileyen ve son dönemlerde popülerlik kazanmasında istihdam sorununu azaltması, değişen ekonomik yapıya katkıda bulunması, ekonomi ve işletme alanlarında teorik gelişmeler ve girişimciliğin genel kabulü olarak sayılabilir (Çetindamar, 2002: 40).

Toplumunu oluşturan bireyler yaşamlarını sürdürebilmeleri için, ihtiyaçlarına göre değişik mal ve hizmetlere ihtiyaç duyarlar ve bu hizmetleri kendi başlarına karşılayamadıklarından dolayı bunları temin eden işletme adı altında organizasyon oluştururlar ve bu sayede girişimcilik adı altında yeni firmaların oluşmasına olanak sağlarlar. Bu firmalar istihdam olanağı ile işsizliği azaltarak bölgesel gelirlerin artmasını sağlarlar (Damar, 2015: 14).

### **2.2.2.Girişimcilik Özellikleri**

Girişim kavramında sermayesi olma durumundan ziyade, yeni ürün veya üretim tekniklerini bilme, geniş bir ufuk sahibi olma veya yeni ve değişen şartlara uyum sağlama kabiliyeti vardır.Girişimci; temel olarak risk ve sorumluluklarının farkına varan bu doğrultuda adım atan, dinamik bir kişilik, yeniliklere açık olma, büyüme ve gelişme isteği gibi belirli niteliklere sahip olmanın yanında pazardaki fırsatları ve gelişmeleri gören ve bu fırsatları işletme açısından bir fikre dönüştüren, kaynakları doğru bir şekilde birleştirip etkin olarak kullanan, bir işletmeyi başarılı bir şekilde yöneten, rekabeti yaşam biçimi haline dönüştüren yenilikçi ve azimli kişilik gibi zihinsel yeteneklerin bir arada bulundurabilenlerdir (Küçük, 2010: 40).

Girişimcilikteki başarı koşulları arasında; görevle ilgili motivasyonu iyi kavramak, hizmet alanı ile ilgili yeterli ve gerekli beceri ve uzmanlık deneyimi, kişisel kazanç beklentisi, yeni teknolojik getirilere ayak uydurmak ve destekleyici bir ortama sahip olmak sayılabilir(Lordkipanidze, BrezetandBackman, 2005: 789).Başarılı bir girişimci; öncelikle kendi yargılarına güvenen, aldığı kararların arkasında duran, sosyal algıları yüksek ve yeni durumlara daha hızlı adapte olan bireydir (Güney, 2008: 56).

Başarılı bir girişimci ilk olarak, üstlendiği görevlere bağlanma duygusunun hakkını vermelidir.Başarılı bir girişimci; işletmenin mevcut ve gelecek durumu hakkında fırsatları iyi değerlendirmeli, kararları alırken duygusal yaklaşımlardan çok objektif olmalı, yaptıkları işlerden olumlu ve olumsuz geri bildirim almalı, bu doğrultuda hedeflerine yön verebilmeli, yoğun çalışma ve risk ortamına rağmen iyimserliklerini korumalı ve devam ettirmelidirler (Döm, 2008: 28-29). İşinde başarılı girişimci, işletmesine dair vizyon ve misyonunu iyi benimseyen, risk

almaktan kaçınmayan, ileri görüşlü olan ve geçmişi hatırlayan kişidir (Sezgin, 2014: 46).

Girişimci, eskinin yerine yeniyi getirmeli, gerektiği zamanlarda tamamen bilinmeyeni ortaya çıkarmak için, geleneksele bağlı olanların direncini kırmak zorundadır. Girişimcilerin izleyeceği değişmez dediği kurallar dizisi yoktur ve iyi bir girişimci her zaman detaylı düşünmek ve belirsizlik ortamında hızlı ve doğru kararlar alıp uygun zamanda uygulamaya geçmek zorundadır (Çetindamar, 2002: 37).

### **2.2.3.Girişimciliği Etkileyen Faktörler**

Ekonomik, fiziksel ve toplumsal altyapı girişimcilikte belirleyici unsurlardır. Altyapı unsuru kapsam olarak; toplumun moral değerleri, maddi ve manevi değerler, haberleşme araçları, ulaşım, sağlık, dağıtım, yasa, eğitim vs. yapılarda güçlü altyapının olması ekonomik hayatın sağlıklı işleyişi, toplumun başarısı girişimciliğe olan ilgiyi arttırmasında etkili olur (Döm, 2008: 46). Bir ülkedeki yasal, siyasal ve idari ortam ile koşulların girişimciliğin gelişip gelişmemesinde önemli etkileri vardır. Herhangi bir girişimcilik faaliyetinde öngörülen bürokratik süreç ne kadar uzun ve karmaşıksa mevcut girişimcileri veya potansiyel girişimcileri caydırıcı etkisi de o kadar fazladır. Bunun aksine bir ülkede yasal düzenlemelerin ve bürokratik mekanizmanın girişimciliği teşvik ettiği alanlarda girişimcilik daha çok yayılıp gelişebilecektir (Efe, 2016: 66).

Girişimciliği etkileyen çevresel faktörlere bakıldığında girişimci üç tip çevresel faktörün etkisi altında kalır. Bunlardan birincisi, yerel çevrenin istek ve beklentilerine cevap verme niteliğinde olmasıdır. İkincisi, ulusal çevrede var olan rakipler, finansal çevre, kurum ve kuruluşlar, devlet, toplum ve medya tarafından oluşturulan çevredir. Diğer çevresel faktör ise, uluslar arası çevredir. Bu çevreyi uluslar arası birlikler, işletmeler, dış devletler, hukuk mevzuatları oluşturur. Dünya ekonomisinde yer almak, uluslararası pazarlarda faaliyetlerde bulunmak, dış devletlerle ticari ilişkileri güçlendirmek, hukuk mevzuatının bilinmesi ihracat eğilimlerinde kolaylık sağlar (Soydan, 2009: 11-12). Girişimcilerin büyük bir kısmı iş fırsatını değerlendirmek amacıyla girişimci olurken kalan kısmı da zorunlu girişimci olmaktadır. Çoğu birey bağımlı çalışmayı, sorumluluk alma, zorluklarla mücadele etmeye tercih etmektedir. Çünkü; bağımlı çalışarak düzenli gelen gelir ve

iş güvencesi olarak değerlendirmektedir. Bu düşünceden bireyleri uzaklaştırmak için bağımlı çalışma tercihinin çekiciliği azaltılmalıdır (Güler Kümbül, 2010: 7).

Girişimcilik; toplum kültürü ve alt bileşenlerin sunulduğu değerler bütünüdür. Girişimcilik çoğunlukla doğuştan gelen özellik gibi görünse de, öğrenilen bir davranış olan, uygun vakit ve zeminde ortaya çıkan bir olgu olduğu bilinmektedir. Yapılan çalışmalar; aile içi ilişkiler ve aile yapısı ile girişimciliğin birbiriyle bağlantılı olduğunu ortaya koymuştur. Ailenin cesaretlendirici, güven verici, çocuğa itaatkar tavırları vs. çocuğu cesaretlendirip, gelecekte başarılı bir girişimci olmasını sağlarken, bunun aksi durum kişiyi başkalarına bağımlı, cesaretsiz, özgüveni olmayan bireyler olmasından dolayı girişimciliği olumsuz yönde etkiler (Sezgin, 2014: 33).

Girişimciliği etkileyen bir diğer unsur ise cinsiyettir. Kadın girişimciler, girişimcilik eğilimlerinde birçok engelle karşılaşmaktadırlar. Bunların başında finans, pazarlama ve satın almada deneyim eksikliği, sorumluluk, yetkiyi aktarmakta zorlanma gibi engellerle karşılaşmaktadır. Kadın girişimciler kişisel yaşam ve iş yaşamı arasında gelgitler yaşamaktadırlar. Bundan dolayı erkeklerin kadınlara göre girişimcilik konusunda daha baskın olduğu anlaşılmaktadır (Kayış, 2010: 23).

#### **2.2.4. Girişimcilikte Başarı / Başarısızlık Faktörleri**

Girişimcilikte, işletmenin başarılı biçimde ekonomik faaliyetini sürdürmesinde girişimcinin rolü büyüktür. İlk başlarda küçük hamlelerle başlayan etkiler zamanla yerinde ve uygun atılımlara dönüşebilir (Sezgin, 2014: 40). Girişimcilikte başarılı olmak için şu özelliklerin bir arada bulunması gerekir;

- *İş Olanağının Bulunması*: Burada asıl amaç, ihtiyaç duyulan alanla ilgili bir yatırımın bulunmaması veya var olan bir yatırımın müşteri talebini karşılamadaki yetersizliği önceden veya duruma göre tespit edip kendilerine yer edinirler.
- *İşe Başlamak İçin Uygun Zamanın Seçilmesi*: Uygun zaman seçimi en önemli başarı faktörlerinden birisidir. Yatırımın doğru olduğu kadar zamanlamasının da doğru olması gerekir.
- *Yönetim Yeteneği ve Tecrübe*: İş yerindeki bütün faktörlerin koordinasyonunu iş tecrübeleriyle birleştirme yeterliliğidir

- *Öz Sermaye ve Kredi İmkanları:* İşin faaliyet aşamasından önce gerekli sermayenin doğru bir şekilde hesaplanıp gerekli yerlerden finanse edilmesi gerekir.
- *Riske Karşı Sigorta:* İşletmenin performansını olumsuz yönde etkileyebilecek tehditlere karşı önceden tedbirli davranışlarda bulunmak girişimcilikte başarı olmanın püf noktasıdır (Küçük, 2010: 55-58).  
Girişimcilikte Başarısızlık Faktörlerine Baktığımızda;
- *Kuruluş Yerinin İyi Seçilmemiş Olmaması:* Her girişim faaliyetleri bir veya birkaç amaca yönelik olarak varlığını sürdürmesi gerekir. Bu sürekliliği sağlayabilmesi için potansiyel kitleye verdiği hizmete uygun yeri seçmesi gerekir.
- *Rekabet Faktörünün Dikkate Alınmaması:* İşletmeciler piyasaya girmeden önce pazar araştırmasını iyi yapmalı, pazardaki rakiplerinin zayıf ve güçlü yönlerini iyi tespit etmeli ve bu seçtikleri rakiplerle mücadele etmelidirler.
- *Sermaye Yetersizliği:* Sermaye yetersizliği ile kapatılan veya çok düşük kapasite çalışan birçok işletme mevcuttur. Yatırım aşamasında sermayesini tüketen girişimci sonraki dönemlerde yüksek faiz kredilerini öderken güçlük çeker.
- *Kişisel Unsurlar:* Bu unsurlar içinde girdiği alanla ilgili ticaret bilgisinin olmaması, herhangi bir plan-program yapmadan hazırlıksız olarak iş atılımı yapması, hızla değişen teknoloji ve talep karşısında değişimlere ayak uydurma konusunda zaman yetersizliği ile karşılaşmasıdır (Damar, 2015: 47-48). Bu ana faktörlerin yanında, iş bunalımları ve iş tahsislerinde gecikmeler, hazırlıksız işe başlamak, girişimcinin sağlık sorunları, hedefsiz ilerlemeler, deneyimsiz yüksek atılımlar, kuracağı iş için ideal yaş düzeyinde olmaması, girişimcilerin profesyonel yapılardan faydalanmamaları, dürüst olmayan ve hilekarlı davranışlar nedeniyle de girişimciler başarısız olmaktadır (Sezgin, 2014:50).

### 2.2.5.Turizm Girişimciliği ve Turizm Girişimcileri

Turistler için ürün, hizmet veya deneyim sağlamak için iş oluşturan birey veya bireylere turizm girişimcisi denir. Bu girişimcileri diğer girişimcilerden farklı kılan 6 temel özellik mevcuttur. Bunlar (Öztürk, 2013: 14).

- Girişimcinin turistik işletme kurması,
- Turistik ürünün hizmet sunumu olduğu kabul edilirse, bunu gerçekleştirmeden test etmenin olanaksızlığının getirdiği risk nedeniyle bu alana yatırımcı çekmenin diğer alanlara göre daha zor olduğu,
- Turizm girişimciliğinde diğer girişimciler gibi mala dayalı pazarlama yönteminden çok, hizmete dayalı pazarlama mevcuttur,
- Turizm girişimcilerinin mal satan girişimcilere göre mevsimsel dalgalanmalarda daha dikkatli olmaları gerekmektedir,
- Turistik hizmetin üretildiği yerde tüketilme zorunluluğu, turizm girişimcisinin daha fazla belirsizlikle karşılaşmasını ve kendi hizmet çevresinde daha az kontrolünün olması,
- Turizm noktalarında yer alan turistik ürünlere, devlet kurumlarının sahip çıkması veya işletmesi, turizm girişimcilerinin diğer girişimciler gibi serbest piyasa içerisinde rahat hareket etmelerini kısıtlamaktadır (Öztürk, 2013: 14).

Tüm bu özelliklerden dolayı turizm girişimcisi, turizm ile ilgili tüm riskleri alarak, başarılı bir işletme kurma yeteneğine sahip olduğuna inanan kişidir. Turizm girişimcisi, tek kişi olabildiği gibi, çoğu zaman birden fazla kişi bir araya gelerek daha yüksek bütçeli işletmeler kurabilirler (Aydemir, Saylan ve Özdemir 2011: 553). Turizm sektöründeki girişimcilik olayı diğer sektörlerdeki girişimcilik faaliyetlerine nazaran risk etkeni daha ön planda olan bir atılımdır. Çünkü, turizm olayı ülke içi ve ülkeler arası olaylarda en çabuk etkilenen bir ticaret dalıdır. Turizm ve otelcilik alanındaki girişimciler; etkin yönlendirme, yüksek kalitede hizmet performansı, özel sosyal pazarlama ve iletişim becerilerine sahip olan yatırımcılardır ( Pınar, 2015:80).

Girişimcilikte bir işi başarmak için öncelikle niyet ve girişimcilik tutumu ön planda tutulduğunda başarıya ulaşmak daha kolaydır. Turizm girişimciliğinde başarıya ulaştıran iki önemli yol vardır. Bunlardan ilki, bir işe cesaret edip riskleri göz ardı etmeden sıfırdan başlamak, ikincisi ise, kabul görmüş bir

franchise edinmektir. Bu yollardan birincisi işletmeye kar elde etme, kişilik ve vergi fırsatı verirken diğeri ise bir başkasının başarısından faydalanma yoludur. Bu yol diğeri göre işin devamlılığını sağlama, pazarda başarılı bir yer edinme ve kanıtlanıp kabul görmüş bir sistem olarak daha avantajlı durumdadır ( Aydemir, Saylan ve Özdemir, 2013: 453). Bürokratik engeller, ülke ekonomisindeki düzen istikrarsızlığı, özellikle küçük ve orta ölçekli girişimciler için sıkıntılar meydana getirmektedir. Turizm alanında girişimci olmak bu zorluğu biraz daha arttırmaktadır. Özellikle kıyı bölgelere yapılan yatırımlar mevsimsellik sorunu ile karşı karşıyadır. Bunların yanında enflasyonist ortam, hizmetin yapısal olarak zor bir sektör olması, nitelikli personel eksikliği vb, nedenler turizm girişimciliği önündeki engellerdir. Turizm girişimcilerinin yeni turizm sezonlarında da varlıklarını sürdürebilmesi için siyasi istikrarın sağlanması, jeopolitik konum itibarıyla iç ve dış siyasette sorun yaşanmaması gerekir. Girişimcilerin ekonomik dalgalanmalardan korunması, turizm girişimcilerinin yaygın olarak bulunduğu yörelerde hala altyapı yetersizlikleri, yerel halkın yabancı girişimcilere ve ziyaretçilere olumsuz tutumları, turizm olayının tüm yıla yayılması için gerekli ürün ve hizmet çeşitliliğinin arttırılamaması, Türkiye'nin sahip olduğu turistik unsurların etkin kullanılamaması Türkiye'de turizm girişimciliğinin önemli sorunları arasındadır (Dalgın, Karadağ ve Bingöl 2015: 183).

Turizm, dünyada ve ülkemizde önemini katlayarak büyüyen bir sektör olarak yerini almıştır. Turizm birçok ülkede uluslar arası ticarete en geniş hizmet ağını oluşturmaktadır. Bundan dolayı otelcilik ve turizm sektörü girişim ile ilgili iş için verimli bir alan oluşturmakta ve bununla beraber girişimcilik turizm içinde giderek önem kazanmaktadır. Turizme olan yatırımların hem ülke ekonomisine hem de sosyal alanlara birçok katkı sağladığı kabul görmüş bir gerçektir (Aydemir, Saylan, ve Özdemir 2011: 551).

Wonhill (2000) turizm işletmelerinde yatırımların daha az riskle daha hızlı sonuca bağlanmasında küçük ve orta ölçekli turizm işletmelerinin önemini vurgulamıştır. İncelemeler sonucunda bu tip işletmeler; sektörün olumsuz sosyal ve kültürel etkilerinin en aza indirilmesi, ekonomik hedeflere ulaşma, artan kar, döviz yatırımı, iş olanakları, üretim, girişimcilik uygulamaları, büyük işletmelerle yatırım ve tanıtım yoluyla bütünleşik bir yapı oluşturmaktadır. Küçük otellerin, pazarlamada diğerlerine göre daha atılgan olduğu bu tip işletmelerin turizm ticaretinden ziyade misafirlere doğrudan hizmet, giriş maliyetlerinde ki düşük fiyatlandırma, daha fazla



yerel mülkiyet ve daha iyi yerel tedarik bağlantılar ve zanaat düzeyinde büyük farklılıklar oluşturduğu ifade edilmiştir. Küçük ve orta ölçekli işletmeler sektörde küçük kayıplarıyla birlik ve toplum temelli turizm bölgelerinde girişimcilik ve istihdam sağlamada büyük bir araç olarak görülmektedir.

### **2.2.6. Balıkesir’de Termal Turizm Girişimciliğinin Değerlendirilmesi**

Balıkesir’deki jeotermal kaynaklar doğrudan kullanıma uygun olup enerjinin büyük bir bölümü mahallin ısıtılmasında kullanılmaktadır (Güney Marmara Kalkınma Ajansı, 2013). Yapılan araştırmalar incelendiğinde Balıkesir’ in termal kaynak zenginliği göz önünde bulundurulduğunda bu zenginliği genel olarak iç turizme hizmet olarak kullanmaktadır. Dışa açılım ve yayılım oldukça düşüktür. Balıkesir’de termal girişimcilik konusunda son yıllarda atılımlar yapıp standartlar iyileştirilse de hak ettiği değeri hala yakalayamamıştır. Bu alana yapılan girişimciliğin az olmasının sebeplerine baktığımızda Balıkesir’de tarım kültürünün bağlayıcılığıdır. İldeki nüfusun çoğunluğu bu alanda çalışmasıdır. Sanayi kuruluşları arasında büyüebilmiş kuruluşların çoğu belli alanda üretim yapan, aile şirketi özelliğinde genelde dışa kapalı kuruluşlardır. Çalışma alanlarına bu şekilde dağılım olunca klasik yatırımların dışına çıkılmadan mevcut yatırımlarla yetinilmekte yeni yatırım alanlarına eğilim oldukça düşüktür. Zaten termal alandaki yatırımların çoğu dışarıdan gelen yatırımcılar tarafından gerçekleştirilmiştir. İl Marmara Bölgesi’nde bulunmasına rağmen termal zenginliği güçlü yatırımlara çevirmekte en yavaş ilerleyen şehirlerdendir (Saylan, 2011: 142).

### **2.3. İlgili Araştırmalar**

Çalışmanın ilgili araştırmalar bölümünde termal turizm ve girişimcilik ile ilgili yapılan araştırmalar ve bu araştırmalarda ulaşılan sonuçlara yer verilmiştir.

İlban, Köroğlu ve Bozok (2008), “Termal Turizm Amaçlı Seyahat Eden Turistlerde Destinasyon İmajı: Gönen Örneği” adlı çalışmalarında; termal turistlerin destinasyon tercihlerinde etkili olan faktörlere bakıldığında ilk sırayı sosyal çevre alırken, diğer sıraları bölgenin atmosferi ve bölgenin olanakları (bölge yapısı,

ulaşımı, fiyatları vb.) almıştır. Ayrıca, bölgeye geliş sıklıkları ile destinasyon imaj algısı arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir.

Sandıkçı ve Gürpunar (2008), “Termal Turizm İşletmelerinde Kür Hizmetlerinin Algılanan Önemi Ege Bölgesinde Bir Araştırma” adlı bilimsel çalışmalarında; termal işletmelerin yapısı, müşteri memnuniyeti, hizmet kalitesi ve hizmet çeşitliliği üzerinde durulmuştur. Çalışmaya göre; dünya nüfusunda özellikle Avrupa'nın yaş ortalamasının artması bireyleri bu alana yöneltmiştir. Bu hizmeti tercih edenlerin cinsiyet, gelir düzeyi, eğitim düzeyi vb. etkenler arasında farklılıklar olduğu saptanmıştır.

Göçmen Güvercin (2008), “Turizm Çeşitlendirilmesi Kapsamında İzmir’de Termal Turizmin Tedavi Amaçlı Kullanımı ve Ekonomik Değeri” adlı yüksek lisans tez çalışmasında, termal turizm; tedavi amaçlı ve güzellik-zindeliği koruma amaçlı iki ana hizmet adı altında toplandığı tespit edilmiştir. İzmir’in kaynak potansiyeli yüksek bir şehir olmasına rağmen, termal zenginliğinin ekonomiye katkısı beklenenin altındadır. İzmir’de halen sondajı yapılmamış tedavi amaçlı kullanılabilir birçok kaynak olmasına rağmen bu kaynakların yatırıma dönüştürülmediği ortaya konmuştur. Eğer gerekli çalışmalar ve iyileştirmeler yapılırsa termal turizm gelirinin, toplam turizm geliri içindeki payının çok yüksek olacağı öngörülmüştür.

Özdemir (2009), “Karacasu’da Turizm Girişimciliği Araştırması” adlı çalışmasında; Karacasu’nun yerel ekonomik gelişme stratejisi olarak turizmi ilerletecek ekonomik, sosyal ve çevresel kaynakların nasıl kullanılabilirliği incelenmiş ve çalışmada, beldedeki turizm girişimciliğinin geliştirilmesi için destekleyici sosyolojik değişkenlerin etkilerinin tespit edilmesi, bu yöndeki girişimcilerde engelleyici sosyolojik faktörlerin etkisinin azaltılması, çeşitli alanlarda turizm girişimciliğine ilgi duyan kişilerin tespit edilmesi ve turizm girişimciliğinin geliştirilmesi için önerilerin geliştirilmesi üzerinde durulmuştur.

Aksu (2009), “Ayaş (Ankara) Kaplıcalarının Termal Turizm Açısından Değerlendirilmesi” üzerine yaptıkları araştırmaya göre; günümüz yaşam koşulları ne yazık ki insan sağlığını etkileyecek olumsuzlukları da beraberinde getirmekle beraber, dünyada ve Türkiye’de sağlık turizmine olan talep artmıştır. Ancak artan bu talebe karşın Türkiye’nin, termal turizm alanında yeterli ve gerekli olan yatırımı gerçekleştirmediği, gerekli olan yasal ve yönetsel düzenlemelerin var olan ihtiyacı karşılayamadığı, kurumlar arasında ki mekanizmanın zayıf olduğu ve bütüncül birliğin olmadığına değinilmiştir.

ErhanŞemşimoğlu (2010), “Türkiye’de Termal Turizmin Gelişimi, Termal Turizm Tesislerinin Tasarım Kriterleri (Afyonkarahisar İli Örneği Üzerinden İncelenmesi” adlı yüksek lisans tezinde; Türkiye’deki mevcut termal suların Avrupa’daki birçok termal sulardan daha üstün niteliklere sahip olduğu, gerek sıcaklık ve debisi ile gerekse içindeki eriyik maddeler sayesinde Dünyada 7. ,Avrupa’da ilk sırada geldiği ortaya konmuştur.

Saylan (2011), “Girişimcilik Kültürü: Balıkesir’de Turizm Sektörüne Yönelik Bir Araştırma” adlı yüksek lisans tez çalışmasında; turizm alanında faaliyet gösteren yatırımcıların çoğunun Balıkesirli olduğu, dışarıdan gelen yatırımcıların az olduğu, mevcut girişimcilerin çalışma alanlarından memnun oldukları ifade edilmiştir. Girişimcilik kültürünün oluşturulmasıyla Balıkesir’in gelişiminin paralellik göstereceği ortaya konmuştur. Balıkesir il merkezindeki turizm girişimcilerinin risk almak istemeyen, sıra dışına çıkmayan, rutin çalışan kesim olduğu ifade edilmiştir.

İlker (2012), “Türkiye’de Termal Turizme Yönelik Hizmet Veren Konaklama İşletmelerinde Pazarlama Karması Elemanları: Örnek Bir Alan Araştırması” adlı doktora tez çalışmasında, çalışma yapılan termal tesislerin %94,4’ünde termal havuz, sauna, masaj ünitesi ve hamam hizmetlerinin verildiği tespit edilmiştir. Yine bu otellerin %83,3’ünde Fitness Center, %72,2’sinde kapalı yüzme havuzu, %69,4’ünde aromaterapi, %63,9’unda açık yüzme havuzu ve jakuzi, %55,6’sında özel aile banyosu, %50’sinde jakuzili termal havuz, %47,2’sinde çamur banyosu ve yürüyüş yolları, %38,9’unda fizik tedavi üniteleri, %36,1’inde bitki banyoları, %27,8’inde şok havuzları, %13,95’inde solaryum ünitesi, %11,1’inde süt banyosu ve yalnızca %2,8’inde röntgen ve kardiyografi hizmetlerinin olduğu tespit edilmiştir.

Üçpunar (2013),“Sağlık Hizmetleri Pazarlaması Sağlık ve Termal Turizmi” adlı Yüksek Lisans Tez çalışmasında, Türkiye’nin termal alanda Devlet Planlama Teşkilatının planlarının iyi algılanmış olması ve Sağlık Bakanlığı’nın da bu konuda ki uygulamaları ile önemli miktarlarda gelir elde edildiğine işaret edilmiştir. Termal alanda ki doğru atılımlarla sektördeki ekonomik buhranlardan çok fazla etkilenilmediği, ancak bunların yanında Türkiye termal kaynak potansiyeline bakıldığında hala istenen yere ulaşamadığı tespit edilmiştir.

Kök (2013), “Sağlık Turizmi Açısından Termal Turizm Denizli Örneği” adlı yüksek lisans tez çalışmasında üzerinde durulan konular şunlardır: bu tesislerde kullanılacak teknolojik cihaz ve ürünler için gelişmeler sürekli takip edilmeli ve son teknolojik ürünlerin kullanımı sağlanmalıdır, Gerekli olan tahlil, laboratuvar ve tetkikler tesis içinde bulunmalı ve uluslar arası standartlardan ödün verilmemelidir. İletişim teknolojisindeki gelişmeler sayesinde sağlık hizmetleri hakkındaki bilgiye ve seçim hakkına kolayca ulaşılmaktadır. Bu alanda başarılı olmak için pazarlama planı yapılmalı ve hedef pazar stratejisinin iyi analiz edilmelidir.

Kaçar’ın (2014),“Termal Turizm İşletmelerinde Müşterilerin Rekreasyon Talebi Balıkesir İli Örneği” adlı çalışmasında müşterilerin termal tesislerde en çok sıkıntı çektiği konuların analizine bakıldığında, %47,0’la boş zamanları değerlendirme konusundaki yetersizlikler yer alırken, ikinci sırayı %23,5’le şehir merkezine ulaşım zorluğu yer almaktadır. Üçüncü sırada %11,0’la hijyenik koşullar yer alırken, 4. Sırada %7,0’lık oranla kür uygulamaları hakkında yeterli bilgiyi sağlayamama ve son sırada %5,5’lik oranla personelin tavrı yer almaktadır.

Çakan (2016),“Termal Turizm İşletmelerine Yönelik Tüketici Satın Alma Karar Süreci” ile ilgili çalışmasının Termal Tesislerin Tercih sebebine ilişkin sorusuna verilen cevapların dağılımına bakıldığında da, Girişimcilerin 227’sinin (%55,4) termal tesisi sağlık için tercih ettiği, 11’nin (%2,7) termal tesisi eğlence amaçlı tercih ettiği, 24’ünün (%5,9) termal tesisi kongre/iş amaçlı tercih ettiği, 143’ünün (%34,9) termal tesisi tatil/dinlenme amaçlı tercih ettiği, 3’ünün (%0,7) termal tesisi spor amaçlı tercih ettiği, 2’sinin (%0,5) ise termal tesisi diğer amaçlarla tercih ettiği görülmektedir.

### 3. YÖNTEM

#### 3.1. Araştırmanın Yöntemi

Bilimsel bilgi, temelindeki tek gerçeğin, tek doğrunun aranması ile pozitif düşünce ile ortaya çıkmıştır. Belli kurallar ve ölçütler doğrultusunda elde edilen bilimsel bilgide nesnellik son derece önemli bir husustur. Bu anlayışa göre gerçekler doğru ölçüm ve sayılarla tanımlanabilir. Sosyal Bilimler, fen bilimlerinden sonra ortaya çıkmış olsa da bilimsel bilgiye ulaşabilmek için sosyal olayların gözlenebilir ve ölçülebilir olması gerekir. Bu durum ilk zamanlarda nicel araştırma yönteminin önemini arttırmıştır (Duru, 2014: 61).

Nicel araştırma yöntemine hitap eden “pozitivist/akılcı” düşüncenin temelinde, akıl ve gözlemlerle ortaya çıkacak tek gerçeğin ve tek doğrunun aranması söz konusudur. Bu yüzden bu yaklaşımda olgular çevreden ve zamandan soyutlanarak nesnelleştirilmekte, gerçekler doğru ölçüm ve sayılarla ifade edilmektedir. Yirminci yüzyılda, sosyal bilimlerin gelişimiyle birlikte pozitivist anlayışa karşılık yeni bir düşünce ortaya çıkmaya başlamıştır. Nitel araştırma yönteminin oluşmasında etkili olan ‘pozitivizm/ akılcılık ötesi’ denen bu yorumlayıcı yeni yaklaşımda tek ve değişmez doğrular yerini, ‘bilgi ve doğru, insandan bağımsız değildir’ anlayışına bırakmıştır (Coşkun, 2013: 73). Nitel ve Nicel araştırmalarının avantaj ve dezavantajlarına baktığımızda;

**Tablo 3: Nitel ve Nicel Araştırmaların Avantaj ve Dezavantajları**

<b>Nicel Araştırmanın Avantajları</b>	<b>Nitel Araştırmanın Avantajları</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Genelleştirilebilir sonuçlar elde edilir.</li><li>• Farklı gruplar arasında karşılaştırma yapılır,</li><li>• Kuramların doğruluk derecesi test edilir.</li><li>• Belirli bir yapı içindeki ilişkilerin incelenmesine yarar,</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Özel durumların tüm gerçekliğini yansıtır,</li><li>• Sonuçları ile kuramların üretilmesini kolaylaştırır,</li><li>• Ortamdaki farklı faktörlerin anlaşılmasını sağlar,</li><li>• Araştırmanın sonuçlarının uygulanabilirliği daha yüksektir,</li></ul>

<b>Tablo 3 – Devamı</b>	
<b>Nitel Araştırmanın Dezavantajları</b>	<b>Nitel Araştırmanın Dezavantajları</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mükemmel bir örneklem almak zordur,</li> <li>• Yeteri sayıda veri toplamak güçtür,</li> <li>• Mükemmel ölçüm şartları her zaman sağlanamaz,</li> <li>• Ölçme aracı önyargıyı da yansıtır,</li> <li>• Model dışındaki veriler ile ilgilenmez,</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Deneklerin yaşadıkları deneyimleri olduğu şekilde ifade etmeleri zordur,</li> <li>• Verilerin analizinde bireylerin sahip oldukları önyargı da yer alır,</li> </ul>

Kaynak: (Büyüköztürk, Çakmak, Akgün, Karadeniz ve Demirel, 2009: 23).

### 3.1.1. Nitel Araştırma Yöntemi ve Özellikleri

“Nitel” terimi, bir sürecin miktar veya frekans olarak ölçümü değil, o sürecin açıklanması ile ilgili vurguyu ifade eder. Veri toplama ve analiz için birincil araçtır. Doğal bir ortam içerir. İnsanların davranışlarını incelemek için onlarla doğal ortama girilir. Bütüncül bir yaklaşım söz konusudur. Araştırmanın deseni esneklik (Saydam, 2013: 105). Nitel araştırma; gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama yöntemlerinin kullanıldığı, algıların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konmasına yönelik nitel bir sürecin izlendiği araştırma olarak tanımlanabilir (Yıldırım ve Şimşek, 2003: 19).

Nitel araştırma yöntemi, daha küçük insan grupları ya da durumlar hakkında daha detaylı bir bilgi olanağı sağlar. Bu durum inceleme yapılan durumun daha iyi anlaşılmasını, daha fazla bilgiye ulaşılmasını sağlamakla birlikte sonucun genellenebilirliğini düşürür. Bu yaklaşım insan davranışlarını ve durumları sözel analiz yöntemiyle kapsamlı bir şekilde ortaya koyabilir (Sarı, 2007: 114). Nitel araştırmalar, ürünlerden ve sonuçtan daha çok süreç ile ilgilenmektedir. Bu yüzden bu araştırma tekniğinde anlamlar daha önemlidir (Altunay, Oral ve Yalçınkaya, 2014: 64).

Nitel araştırma yöntemi, araştırmanın tasarlanması ve gerçekleştirilmesinde araştırmacıya esneklik sağlamaktadır. Araştırmanın her bir aşamasında duruma göre yeni yöntem ve yaklaşımlar geliştirme, araştırmanın işleyişinde değişiklikler yapma

nitel araştırmanın temelini oluşturur. Nitel araştırmaların bir diğer özelliği de keşfedici olmalarıdır. Bu özelliği sayesinde üzerinde az çalışılmış konuları aydınlatmada oldukça tercih edilen kullanışlı ve yararlı bir yöntemdir. Nitel araştırmanın genel özelliklerine baktığımızda (Karataş, 2015: 64-65).

- Araştırmanın varsayımını gerçeklik oluşturur, asıl olan durumdur, değişken ilişkilerini ölçmek zordur, araştırmacı aynı zamanda araştırmanın girişimcisidir.
- Nitel çalışmada amaç, derinlemesine tanımlama, yorumlama ve aktörlerin bakışını anlamaktır.
- Yaklaşım, kuram ve hipotez ile sonlanır, bütünlük içinde-doğal, veri toplayıcı araştırmacının kendisi olması, örüntüleri ortaya çıkarma, çokluluk ve farklılık arayışı, verinin zenginlik ve derinliğinde tanımlanması,
- Araştırmacının yaklaşımı olay ve olgulara öznel ve empatik yaklaşım sergilemesi.

Nitel araştırmanın üstün özelliklerine baktığımızda (Duru, 2014: 64).

- Sayısal ölçekle ifade edilemeyen nitel veriler elde edilir,
- Davranış, tutum vb. durumların zaman ve mekanla değişimi söz konusu olduğundan genelleme yapmak oldukça güçtür,
- Tümevarımcı yaklaşım söz konusudur,
- Tam nesnellikten bahsedilemez. Çünkü bu olgu toplumdaki topluma, bireyden bireye değişkenlik gösterir,
- Çoğunlukla çevresel veri, süreçlere ilişkin veri ve algılara ilişkin veriler kullanılır,

### **3.1.2. Araştırmada Nitel Araştırma Yönteminin Kullanılmasının Nedenleri**

Bu araştırmanın nitel araştırma yönteminin kullanılmasının en önemli nedeni, araştırmanın kapsam ve konu itibariyle nitel araştırmaya daha uygun olmasıdır. Balıkesir'deki termal turizm girişimciliğinin sınırlı sayıda olması bu sınırlılığın sebebini öğrenmede nitel araştırma ile yapılan yüz yüze görüşme tekniği ile nicel çalışmadan daha fazla verim alınacağı kanısı öngörölmüştür. Diğer yandan,

- Araştırmanın konu itibarıyla işletme sahiplerine hitap etmesi,
- Araştırmanın yapılacağı ildeki işletme sayısının sınırlı olması,
- Araştırmanın konusu itibarıyla işletme sahiplerinin görüşlerinin ve bilgilerinin sınırlanmadan alınması gerektiği,
- Bu konuyla ilgili herhangi bir nitel çalışma örneğine rastlanmamış olması, bu alanda araştırma yapacak yeni araştırmacılara da örnek olacağı öngörüsüyle de bu çalışma tercih edilmiştir.

Araştırmamızda, nitel araştırma yöntemi desenlerinden biri olan durum (örnek olay) çalışması kullanılmıştır. Bir veya daha az denek üzerinde yapılan ayrıntılı çalışma şeklinde tanımlanan örnek olay çalışmasında mevcut halde bulunan termal girişimcilerin durumlarını ortaya koyan faktörler ve bu faktörler arasındaki ilişkiler belirlenmeye çalışılmıştır. Belirli bir zamanda araştırmanın sistematik şekilde yürütülmesi ve analiz edilmesi esasına dayanan örnek olay çalışması ile termal turizm girişimcilerinin mevcut durumları, karşılaştıkları zorluklar, beklentileri, sektöre bakış açıları gibi durumları tespit edilmiş ve ortaya çıkan değişiklikler baz alınarak bilgi toplanmaya çalışılmıştır (Duru, 2014: 65).

Dünya nüfusunun hızla yaşlanması, insanların doğal tedavi yöntemlerine yönelmeleri termal suyun önemini bir kez daha ortaya koymuştur. Ancak yapılan incelemelere baktığımızda bu hizmetlerin verildiği yeterli tesislerin olmadığı, olanların ise bu hizmeti yüzeysel bir hizmet şeklinde müşteriye sunması bu alanda ki eksikliğimizi ortaya çıkarmıştır. Eski zamanlardan günümüze kadar önemini sürdüren termal suyun hizmet alanında yeterli seviyede verilmemesi, girişimcileri yatırım konusunda engelleyen faktörleri, termal turizmin kazanımı için gerekli şartları analiz etmek amacıyla örnek olay çalışması tercih edilmiştir.

### **3.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi**

Evren, araştırma sonuçlarının genellenmek istendiği elemanlar bütünüdür. Bu bütün canlı ya da cansız her türlü elamanı içerebilir. Evrenin belirlenmesi tamamen araştırmacının amacı doğrultusunda ve onun isteğiyle olur. Araştırmacının kendine özgü evrenini insanlar olduğu gibi, başka bir araştırma gruplarında bu insanların belli yaş grupları, belli meslek grupları, belli cinsiyetkiler vb özellikleri de dikkate



alınarak evren oluşturulabilir. Örneklem ise, belli bir evrenden, belli kurallara göre seçilmiş ve seçilmiş evreni temsil yeterliği kabul edilen küçük kümelerdir. Araştırmaların çoğu örneklem kümeler üzerinde yapılır ve alınan sonuçlar, ilgili evrenlerine genellenebilir (Karasar, 2003: 109-110).

Evren yerine örneklem üzerinde çalışmanın çeşitli nedenleri vardır. Araştırma için evreni kullanmak, araştırmacı için büyük zaman kaybına ve büyük ekonomik maliyete sebep olduğu için örneklem üzerinde çalışmak araştırmacıya büyük kolaylık sağlar ( Arseven, 2001: 106).Araştırmamızda araştırmamızın evrenini Balıkesir’de ki termal turizm girişimcileri oluşturmaktadır. Evrenin tümüne ulaşılmasına rağmen, görüşmeyi yapacağımız işletme sahiplerinin bir kısmının işletmelerinde bulunmadığı, bir kısmının sezon döneminin başlaması nedeniyle müsait olamadığı için araştırma şehir merkezi ve körfez bölgesi ile sınırlandırılmıştır.

### 3.3. Veri Toplama Aracı

İnsan doğası gereği sosyal bir varlık olması, yaşamını sürdürebilmesi için çevresiyle sürekli etkileşim halindedir. İnsanı varlık olarak sosyalleştiren diğer insanlarla ve çevreyle kurduğu bağıdır. Bu anlamda bağı sağlayan görüşme, en az iki kişi arasında sözlü olarak sürdürülen bir iletişim sürecidir. Görüşme, araştırmada cevabı aranılan sorular çerçevesinde ilgili kişilerden veri toplama şeklinde ifade edilir. Bu teknikle belirli bir araştırma konusu veya bir soru hakkında derinlemesine bilgi sağlayan kaynaktır ( Büyüköztürk vd., 2009: 158). Yüz yüze yapılan ve belli bir düzen içinde gelişen görüşmede araştırmacı konuşulanları çeşitli araçlarla kayıt eder. Bu teknik konunun derinlemesine anlaşılmasında etkilidir. Görüşmede güven verici bir ortam sağlanmalı, sorular genelden özele doğru sıralanmalı, psikolojik baskı yapılmadan, cevap konusunda yönlendirmeden görüşme sağlanmalı, zaman ekonomik olarak kullanılmalı, alınan bilgilerin doğruluğu teyit edilmelidir. Nitel ve nicel görüşme olarak iki grupta yapılır. *Nicel Görüşme*,birden çok kişiyle yapılan görüşme tekniğidir. Önceden hazırlanmış sorularla yapılır. *Nitel Görüşme*, derinlemesine bir görüşme olarak ifade edilir. Belli bir kişiyle yapılan ve önceden hazırlanan sorularla başlanan görüşme gerektiğinde yeni sorularla da desteklenebilir. Bu görüşmeler genellikle çeşitli kurum yöneticileri, sendika, siyasi parti yöneticileri, üst düzey yöneticiler vb. statüsü belli bir düzeyde olan kişilerle yapılır (Bal, 2001:142).

Görüşme tekniğini kullanmanın temel amacı, genellikle bir hipotezi test etmek değil, bunun aksine diğer insanların deneyimlerini ve bu deneyimleri nasıl anlamlandırdıklarını anlamaya çalışmaktır. Bu nedenle üzerinde durulan şey, insanların yaşanmışlıkları, betimlemeleri ve konuya dair düşünceleridir (Duru, 2014: 67).

Görüşme Tekniğinin avantajlarına baktığımızda;

- Bu teknikle veri toplamada, örneklem içine okuma-yazma bilmeyenler de dahil edilebilir.
- Yüz-yüze soru sorarak veri toplandığı için verinin geçerliliğini ve güvenilirliğini kontrol etmek mümkündür.
- Bu teknikte görüşülen kişi anlayamadığı soru konusunda açıklama isteyebilir. Bu suretle de elde edilen bilgilerin geçerliliği arttırılmış olur.
- En önemli avantajı, anket tekniğinde görüldüğü gibi, soruların cevapsız bırakıldığı anket olmaz ve örnekleme giren kişilerin tamamından veri toplamak mümkün olur (Arseven, 2001: 135).

Nitel araştırma alanında yapılan çalışmalarda genelde görüşme tekniğinin üç türü kullanılmaktadır.

**Yapılandırılmamış Görüşme:** Araştırmacıya konuyla ilgili olabilecek maddelerin sorulmasında serbestlik sağlar. Sorular ve sıralamaları sabit değildir, görüşme sırasında gelişebilir. Açık uçlu sorular sorulur (Büyüköztürk vd. 2009: 160). Bu görüşme tekniğinde toplanan verilerin değerlendirilmesi oldukça güçtür. Görüşmeci bu konuda yetişmiş uzman kişi olması gerekir. Bu görüşme daha çok, araştırmaların başlangıç aşamalarında, soruna ilişkin önemli değişkenleri saptarken yararlı olur (Karasar, 2003: 168).

**Yapılandırılmış Görüşme:** Önceden hazırlanan soru formu sırasında herhangi bir değişiklik yapılmadan, görüşülen kişilere tamamen aynı sorular yöneltilir. Doğaçlama yapılması mümkün değildir. Ayrıca görüşme sonuçları istatistiksel analizle yapılır (Coşkun, 2013: 83). Bu görüşmede amaç, görüşülen bireylerin verdikleri bilgiler arasındaki paralelliği ve farklılığı saptamak ve buna göre karşılaştırmalar yapmaktır (Yıldırım ve Şimşek, 2016: 130).

**Yarı Yapılandırılmış Görüşme:** Bu görüşme tekniği yapılandırılmış görüşme tekniğinden biraz daha esnektir. Araştırmacı sormayı planladığı soruları içeren görüşme metni hazırlar. Amaç, Girişimcilerin verdikleri cevaplar doğrultusunda farklılıkları ve karşılaştırmaları saptamaktır. Bu tekniğin diğer görüşme türlerine göre avantajına baktığımızda, görüşmenin önceden hazırlanmış görüşme metnine bağlı olarak sürdürülmesi nedeniyle sistematik ve karşılaştırılabilir bilgi sunması nedeniyle nitel araştırmalarda daha uygun görülen araştırma tekniğidir ( Duru, 2014: 68).

Görüşme tekniği ile ilgili yapılan incelemeler ve elde edilen bilgiler ışığında bu araştırmada görüşme tekniğinin tercih edilme sebeplerine baktığımızda;

- Bu çalışmanın konusunun, araştırma örneklemini oluşturan sınırlı ve ulaşılabilir sayıda termal turizm girişimcilerinin görüşlerine yönelik olması,
- Araştırmaya dahil edilen yöneticilerden konuyla ilgili derinlemesine bilgi elde edilmek istenmesi,
- Bu görüşme tekniğinde, görüşme süreci boyunca araştırmacıya ve Girişimciye esneklik sağlayarak anlaşılmayan soruların tekrar edilip daha iyi anlaşılmasının sağlanabilmesi,
- Görüşme ortamındaki sosyal etkileşim sayesinde Girişimcinin cevap oranının yüksek olması ve ilerleyen dakikalarda aklına sonradan gelen bilgileri ekleme imkanının olması,
- Araştırma konusuna bağlı kalmak kaydıyla önceden hazırlanmış sorulara ek olarak görüşmecinin ilave sorular sorabilmesi,
- Görüşme süreci boyunca sözlü olmayan davranış ve tepkilerin gözlenebilmesi ve veri kaynağının onaylanmasının kolaylığı açısından, nitel araştırma yöntemi kapsamında termal turizm yöneticilerinin araştırma konusuna yönelik görüşlerini almak için yarı yapılandırılmış görüşme tekniği tercih edilmiştir (Coşkun, 2013: 86).

**Görüşmede kullanılan soru formunun oluşturulması:**Görüşme nitel araştırmalarda kullanılan en yaygın veri toplama yöntemidir. Bu yöntemle bireylerin verilerini, görüşlerini, deneyimlerini ve duygularını ortaya çıkarma yönünden oldukça güçlü olması ve iletişimin en yaygın biçimi konuşmayı temel

almasıdır. Yazmaya veya doldurmaya dayalı testler ya da anketler var olan sınırlılığı ve yapaylığı ortadan kaldırır ( Yıldırım ve Şimşek, 2016: 136).

Konuyla ilgili detaylı literatür araştırması yapıldıktan sonra termal turizm girişimcilerine yöneltilecek görüşme formu oluşturulmuştur. Bu soru formunda toplamda 12 soru olup, konunun daha iyi anlaşılıp pekiştirilmesi için alternatif sorular hazırlanmıştır. Yani konuyla ilgili girişimciye toplamda 44 soru sorulmuştur. Girişimcilere termal turizm yatırımına nasıl karar verdikleri, nelere dikkat ettikleri, bu yatırımda kamu ve özel kuruluşlardan beklentileri, sektörde karşılaşılan zorluklar, bu alanla ilgili tecrübeleri ve beklentilerini öğrenmeye yönelik sorular yöneltmiştir. Görüşme soruları önce düzenlenmiş ve birkaç turizm girişimcisi ile görüşülmüştür. Bu Girişimcilerin önerileri de dikkate alınarak gerekli görülen düzenlemeler ve düzeltmeler yapıldıktan sonra sorular son haline getirilip termal turizm girişimcilerine sunulmuştur. Görüşme formunda yer alan görüşme soruları EK 1’de yer almaktadır.

### 3.4. Verilerin Toplanması

Araştırma verilerinin toplanma sürecine geçmeden önce nitel araştırmalarda geçerlik ve güvenilirlik kavramlarının açıklanması doğru olacaktır. Araştırma sonuçlarının inandırıcılığı için geçerlik ve güvenilirlik kavramlarının açıklanması son derece önemlidir. Herhangi bir araştırmada, sonuçların inandırıcılığı, bilimsel araştırmanın en önemli ölçütlerinden biridir. ‘Geçerlik ve Güvenirlik’ bu açıdan araştırmalarda en yaygın olarak kullanılan en önemli iki ölçüttür. Bu bağlamda nitel araştırmada geçerlik ve güvenilirlik tanımlarına baktığımızda;

**Nitel Araştırmalarda Geçerlik:** Araştırmacının araştırdığı olguyu, olduğu biçimiyle ve olabildiğince yansız gözlemesi anlamına gelir. Eğer bir araştırmada toplanan bilgiler geçerli ise aynı türden başka bir araştırmada aynı olmasa bile benzer bilgileri elde etme olasılığı yüksektir. Bu nedenle nitel araştırmalarda geçerlilik konusu, güvenilirlik konusuna göre daha öncelikli hale gelmektedir. Örneğin; bozuk bir termometrenin suyun kaynama sıcaklığını 80 derece göstermesi ve bu termometre ile başka bir kaptaki suyun kaynama derecesini ölçtüğümüzde aynı sonucu elde ettiğimizde yüzde yüz güvenilirlik elde etmiş olmamıza rağmen bu ölçümün geçerli yani doğru bir ölçüm olduğu anlamına gelmez.

**Nitel Araştırmada Güvenirlik:**Nitel araştırmalar olaylar ve olgular bireylere ve içinde bulunan ortama göre sürekli bir değişme içinde olduğu ve araştırmının benzer gruplarda tekrarlanmasının aynı sonuçlara ulaşmayı mümkün kılmadığını kabul etmektir. İnsan davranışları ve sosyal ortamlar hiçbir zaman durağan değildir, sürekli değişen ve karmaşık bir özelliği vardır. Bu yüzden olayların aynı tekrarı mümkün değildir. Bu yüzden araştırmayı yapan araştırmacı araştırması sırasında olanları saptırmadan aksettirmesi gerekir. Bu; araştırmının aynen tekrar edilebilmesi ve aynı sonuçlara ulaşılması anlamına gelmez. Ancak, araştırmacının kendi konumu ile ilgili yapacağı açıklamalar, aynı konuda çalışacak diğer araştırmacılara ne tür roller üstlenmeleri gerektiği konusunda fikir verebilir (Yıldırım ve Şimşek, 2016: 269-274). Veri toplama araçları güvenilir olmalı, yani istenileni ölçmeli, aynı yolla tekrarlandığı zaman benzer sonuçları vermelidir. Bu iki özellik birbiriyle ilgilidir. Geçerliliği olmazsa güvenirliliği de olmaz (Arlı ve Nazik, 2001: 55).

Nitel Araştırmalarda Geçerlik ve Güvenirlik İçin Yapılması Gerekenler:

*Araştırmanın Geçerliliği için;*Araştırma geçerliliğinin sağlanmasında en büyük etken araştırmacının tarafsız davranmasıdır. İyi ve geçerli bir araştırma için araştırmacının duygu ve düşüncelerini en asgari düzeyde tutması gerekir. Araştırma süreci boyunca toplanan verilerin detaylı bir şekilde rapor edilmesi ve araştırmacının sonuçlara nasıl ulaştığını açıklaması önemli bir ölçüttür.

*Araştırmanın Güvenirliliği için,*

- Araştırmacının araştırma süreci boyunca yaşadığı olayları ve zorlukları, elde edilen verileri bulgulara olduğu gibi aktararak verilere hangi şartlar altında ulaşıldığının belirtilmesi güvenirliliği artırır,
- Araştırmanın tüm gerçekliği ile ortaya konması, benzer çalışmalar yürütecek olan araştırmacılara yol gösterip, araştırmalarına kaynaklık etmelidir.
- Değişen ve karmaşık yapıya sahip sosyal olaylarda güvenilir veri toplamak araştırmacının elinde olmasıdır.
- Araştırma güvenirliliği için araştırma sürecinde izlediği yolu ve aldığı kararları ortaya koymalıdır.
- Girişimci görüşlerine çok fazla yorum katılmadan alıntı yapıp araştırmaya eklenmesi güvenirliliği artırır (Coşkun, 2013: 91).

Nitel bir araştırmanın geçerliği ve güvenilirliği için yapılması gereken dikkate alınarak yapılan veri toplama sürecinde, ilk olarak Balıkesir ilinde faaliyet gösteren termal turizm işletmeleri belirlenip bu işletmeler ile bağlantılar kurulmuştur. Sürenin kısıtlılığı, sezonun başlaması, bazı otel sahiplerinin randevularını çok ileri tarihlere vermesi, otel sahiplerinin müsaitlik durumları gibi faktörler nedeniyle görüşme, şehir merkezinde 1 adet, körfez bölgesinde 2 adet termal otel işletmesi ile sınırlandırılmıştır. Görüşme yapılacak oteller ve otel sahipleri hakkında bilgiler toplanıp danışman tarafından telefonla aranarak randevu günleri ve saatleri belirlenmiştir. Görüşme zamanları 2'şer hafta arayla gerçekleştirilmiş olup ilk görüşme 25.05.2017 tarihinde, son görüşme 29.06.2017 tarihinde yapılmıştır. Görüşmelere kılık kıyafet adabına uygun bir şekilde tam zamanında gidilmiştir. Görüşmeler sırasında veri kaybını önlemek adına ses kaydının yapılmak istendiği işletme sahiplerine bildirilmiştir. Gerek görmeyen işletmecilerin verileri zaman problemi olmadığından görüşme sırasında detaylı bir şekilde not edilmiştir. Görüşme sırasında Girişimcinin ilerleyen dakikalarda sorulacak soruyu da cevaplandırmasına müdahale edilmemiş, soru sırası geldiğinde teyit etmek adına tekrar sorulmuş yine aynı cevap alınmıştır. Yönetici tarafından anlaşılmayan sorular tekrar edilmiş ve çok fazla bilgisi olmadığı kavramlar hakkında da olabildiğince aydınlatmaya çalışarak önerileri dikkate alınmış görüşme, geçerlik ve güvenilirlik kavramları da dikkate alınarak tamamlanmıştır.

### **3.5. Verilerin Analizi**

Yapılan araştırmalarda veri analizinde üç yol önerilmektedir. Birinci yol, toplanan verinin orijinal formuna olabildiğince bağlı kalınarak ve gerektiğinde araştırmaya katılan bireylerin söylediklerinden doğrudan alıntı yaparak betimsel bir yaklaşımla verileri okuyucuya sunmaktır. İkinci yol, verilerin betimsel bir yaklaşımla sunulup buna ek olarak temalar ve temalar arası ilişkiler belirlenir. Araştırmacı, okuyucuya yardımcı ek analizler yapmaktadır. Üçüncü yaklaşımda ise, araştırmacı birinci ve ikinci yaklaşımı temel alır ve buna ek olarak, veri analiz sürecinde kendi yorumlarını da katar (Yıldırım ve Şimşek, 2016: 237). Araştırma sürecinde elde edilen veriler betimsel ve içerik analizine tabi tutulur. İçerik analizi, elde edilen verilerin daha yakından incelenmesini ve bu verileri açıklayan kavram ve

temalara ulaşılmasını gerektirirken, betimsel analiz, derinlemesine analiz gerektirmeyen verilerin işlenmesinde kullanılır (Karataş, 2015: 70).

Yapılan bu araştırmada görüşmelerden elde edilen veriler, betimsel analiz tekniği ile analiz edilmiştir. Bu teknik; toplanan verilerin önceden belirlenen kavramsal çerçeve doğrultusunda özetlenerek yorumlanmasına dayanır (Duru, 2014: 69). Betimsel analiz dört aşamadan oluşmaktadır (Coşkun, 2013: 95).

- *Betimsel bir analiz için çerçeve oluşturma:* araştırma sorularından, kavramsal çerçeveden ya da görüşme boyutlarından yola çıkarak veri analizi için çerçeve oluşturulur.
- *Tematik çerçeveye göre verilerin işlenmesi:* Burada daha önceden oluşturulan çerçeveye göre veriler okunur ve düzenlenir.
- *Bulguların tanımlanması:* Son aşamada düzenlenen veriler tanımlanır ve gerekli yerlerde doğrudan alıntılara yer verilir.
- *Bulguların Yorumlanması:* Tanımlanan bulguların açıklanması, ilişkilendirilmesi ve anlamlandırılması bu aşamada yapılır.

Bu araştırmada nitel veri analizlerinden betimsel analiz tekniği kullanılmıştır. Diğer analiz tekniği olan içerik analizi, çok detaylı bir çalışmayı gerektirdiği için ve bizim süremizin kısıtlı olması, betimsel analizi seçmemizde rol oynayan bir etkidir. Bu analiz tekniğinin kullanılmasının başka bir sebebi ise, elde edilen verilerin betimsel veri analizi aşamaları izlenerek anlaşılabilirliği kolaylaştırmış olmasıdır. Betimsel analiz tekniği kapsamında termal işletme sahipleri ile yapılan görüşmede alınan cevaplar yazıya olduğu gibi aktarılmıştır. Soruların her biri bir etken olarak kabul edilmiştir. Veriler ulaşılmak istenen amaca göre bu etkenler altında sınıflandırılmıştır. Bu sınıflandırma kapsamında soruların hangi amaçla sorulduğu ve Girişimcilerin hangi cevabı verdiği belirlenmiştir. İşletme sahibinin verdiği cevapla amaçlanan cevabın karşılaştırılması sonucu araştırmanın bulguları ortaya konmuştur.

## 4. BULGULAR VE YORUMLAR

Araştırmanın bu bölümünde termal turizm girişimcileri ile yapılan görüşmeler neticesinde, araştırma konusuyla ilgili olarak sorulan sorulara yönelik girişimcilere yöneltilen görüşme soruları ve bu sorularla ulaşılmak istenen amaçlarla bulguların değerlendirilmesine yönelik amaç çizelgesi Tablo 4’te gösterilmiştir. Daha sonraki aşamalarda ulaşılmak istenen amaçlarla Girişimcilerden elde edilen bulgular karşılaştırılacaktır.

**Tablo 4: Bulguların Değerlendirilmesine Yönelik Amaçlar**

Araştırma Soruları	Ulaşılmak İstene A amaç
1.a.Termal turizm yatırımına nasıl karar verdiniz? Sizi bu alana çeken en önemli neden/nedenler nelerdir? b.Yatırım kararı alırken hangi araştırmalarınız oldu? c.Yatırım ve/veya işletme döneminde devlet desteklerinden yararlandınız mı ? d. Daha önceki yıllarda hangi iş/iş alanlarında tecrübeleriniz bulunuyor?	1.a.Termal turizm girişimciliğine yönlendiren ve bu girişimciliği etkileyen faktörleri tespit etmek, yatırım aşamasında ki araştırma ve destek profillerini çıkarmak, b. Yatırım kararı alırken hangi araştırmalara önem verdiklerini analiz etmek, c. İşletmenin yatırımında ve işletme aşamasında devlet katkısının olup olmadığı anlamak, d. Bu alana yatırımı etkileyen ve destekleyen tecrübelerini öğrenmek,
2.a.Termal turizm girişimciliğinde yatırım döneminde ve işletme döneminde zorluklar ve bürokratik engellerle karşılaştınız mı? Karşılaştıysanız hangi konularda sıkıntı yaşadınız? Bu sıkıntıları nasıl aştınız? b.Termal girişimcilerin daha iyi hizmet için yerel yönetimlerden ve merkezi hükümetle ilgili kuruluşlardan beklentileri nelerdir? c. Girişimci olarak ‘Jeotermal kaynaklar ve doğal mineralli Kanunu’nda turizm amaçlı kullanım ile ilgili eksiklik buluyor musunuz? d. SGK’nın bazı termal tesisleri listeye almasını ve tedavi masraflarını karşılamasını nasıl değerlendiriyorsunuz?	2.a.Termal girişimciliğin başlangıç ve hizmet aşamasına kadar ki kısmında ne gibi sorunlarla karşılaşılacağını tespit etmek, eksik yönleri ortaya çıkarmak ve önerilerine yer vermek, b. Devletten hangi alanlardaki desteklerine ihtiyaç duydukları, c. Devletin yasal düzenlemelerinde ki yeterliliği tespit etmek, d. Uygulamanın değerlendirmesini yapmak,
3.a.Termal alanda faaliyet gösteren girişimci olarak bulunduğunuz bölgenin ve Balıkesir’in termal turizmdeki mevcut durumunu nasıl değerlendiriyorsunuz? b. Balıkesir ve yörelerinin termal başta olmak üzere diğer turistik unsurları yeterince değerlendiriliyor mu bu konuda ne yapılabilir?	3.a.Sektörün içinde olan bir girişimciden termal turizmin bölgesel ve genel durum değerlendirmesine ulaşmak, Balıkesir’in bu alandaki yeterliliğini ölçmek, b.Balıkesir’in tüm turistik unsurlarının kullanım açısından analizini yapmak,
4.a.İşletmenizi tanıtır mısınız? b.İşletmeyi siz mi işletiyorsunuz başka bir işletici firma ile çalışıyor musunuz?	4.a.İşletmenin fiziki ve hizmet kapasitesini tespit etmek, b. İşletmenin hangi elde işletildiğini tespit etmek,
5. Müşteri profiliniz kimlerden oluşmaktadır? Kim/kimler sizde konaklıyor? Müşteriler size, siz müşterilerinize nasıl ulaşıyorsunuz?	5. Genel müşteri profilinin kimlerden oluştuğu, bu müşterilerle hangi bağlantıların kurulduğunu öğrenmek,



<b>Tablo 4 – Devamı</b>	
6..Tesisinizde termal sağlık hizmeti olarak hangi hizmetler veriliyor, hangi hastalıklara tedavi uygulanıyor, termal ve dinlenme amacıyla gelenlerin oranı nedir?	6.Tesisin hangi termal hizmetleri verdiği, hangi hastaların tercih ettiği ve ne kadar süreliğine konakladıklarını tespit etmek,
7.a.Tesisinize yerli hastaların yanında yabancı hastalarda geliyor mu? b.Yurt dışı bağlantılarınız ve bu konuda çalışmalarınız var mı? c. Termal tedavi amacıyla hangi şehirlerden daha çok geliyorlar? d. Acenta ile çalışıyor musunuz, müşterilerin size geliş şekli nasıldır? e. İşinizde mevsimsel dalgalanmalar yaşanıyor mu, yüksek ve düşük sezon dönemleriniz nedir?	7.a. Gelen hasta profilini tespit etmek, b. Yurt dışı çalışmalarının yeterliliğini tespit etmek, c. Tesisin hangi şehirlerce daha çok talep edildiğini analiz etmek, d. Müşterilerle bağlantılarda aracı kuruluşlardan yararlanılıyor mu, müşterilerin geliş şeklini tespit etmek, e. Tesisin verimli ve verimsiz dönemlerini tespit etmek,
8.a.Otelde konaklayan müşterilerin internet ortamındaki değerlendirmelerini dikkate alıyor musunuz? Müşteri memnuniyetini arttırmak için neler yapıyorsunuz? b. Diğer tesislere göre müşterilerinizin sizi tercih etmesi için farklı uygulamalarınız var mı? c. Balıkesir Üniversitesi Araştırma Hastanesi ile işbirliğiniz var mı? Termal tedavi hizmetlerinde çalışacak sağlık ve diğer personel temini konusunda sıkıntı yaşıyor musunuz? d. Sıcak su temini ve işletme ile ilgi başka bir sorun yaşıyor musunuz?	8.a.Tesisin tercihinde önemli etken olan müşteri memnuniyetine ne derece önem verildiğini tespit etmek, b. İşletmeyi farklı kılacak özellikleri tespit etmek, c.Termal tedavide gerekli nitelikli personel temininin analizini yapmak, d.İşletmelerin hizmetleri ile ilgili sorunları tespit etmek,
9.a.İşinizden ve kazancınızdan memnun musunuz? Tesise yaptığınız harcamalara göre elde edilen kazanç yeterli mi? Bu yatırımın kendini amorti süresi (geri ödeme süresi) ortalama kaç yıldır? b. İlk kuruluştan bu tarihe kadar işletmeniz büyüdü mü nasıl bir gelişme oldu? c.Bu işiniz dışında başka işleriniz var mı? Kaç yıl bu iş hayatının içindedesiniz? d.Markalaşma konusunu nasıl değerlendiriyorsunuz, bu alanda çalışmalarınız var mı?	9.a.Termal girişimciliğin maddi getirisini değerlendirmek, b. İşletme gelişimini tespit etmek, c. İşletme sahibinin işe hakimiyetini tespit etmek, d. Girişimci gözünde markalaşma kavramını analiz etmek,
10..Çevre yönetimi ile ilgili çalışmalarınız var mı? Uluslararası pazara ulaşabilmek amacıyla akreditasyon çalışmalarınız var mı?	10..Tesisin sürdürülebilirliği açısından gerekli çalışmalardan ne ölçüde yararlandığını belirlemek,
11.Sağlık ve/veya termal kuruluşların işbirliğini sağlayan bir dernek veya vakfa üyeliğiniz var mı? (THTC ( Türkiye Sağlık Turizmi Konseyi) veya diğer dernekler/vakıflar). Varsa o dernek/kurumlar termal turizm ile ilgili ne gibi çalışmalar yapıyorlar?	11.İşletmenin bağlantılı olduğu kolları tespit etmek,
12.Balıkesir genelinde termal, medikal ve ileri yaş sağlık turizminin geleceğini nasıl görüyorsunuz? Bu alana yatırım yapmak isteyen yeni girişimcilere tavsiyeleriniz nelerdir?	12.Sağlık turizmin değerlendirmesinin yapılarak bu alana girecek olan yeni yatırımcılara önerilen tavsiyeleri tespit etmek

Araştırma bulgularının değerlendirilmesinde termal turizm girişimcilerinin görüşlerinin gizli kalması için, görüşülen termal turizm girişimcilerinin isimleri

kodlanmıştır. Toplamda 3 termal turizm girişimcisi ile görüşülmüştür. Bu girişimcilere isim gizliliğini korumak için 1. Girişimci, 2. Girişimci ve 3. Girişimci gibi sayılar kodlanmıştır. Bu kapsamda ulaşılmak istenen amaçlar doğrultusunda elde edilen bulgular aşağıda yer almaktadır.

#### **4.1.a. Termal Turizm Girişimciliğine Yönlendiren ve Bu Kararı Etkileyen Faktörleri Tespit Etmek, Yatırım Aşamasındaki Destek ve Yatırım Profillerini Öğrenmeye Yönelik Bulgular**

Araştırmaya katılan termal turizm girişimcilerinin tümü termal turizm alanındaki yatırımlarına nasıl karar verdikleri bu alana çeken nedenlerle ilgili görüşlerini ortaya koymuşlardır. Görüşülen yöneticilerin vermiş oldukları cevaplar aşağıdaki Tablo 5’de mevcuttur.

**Tablo 5: Termal Turizm Girişimciliğine Yönlendiren ve Bu Kararı Etkileyen Faktörlere Yönelik Bulgular**

<b>Girişimciler</b>	<b>Girişimcilerin Görüşleri</b>
1. Girişimci	Sıcak suyun değeri, il merkezine yakınlık, işin sağlık alanında yıllardır süre gelen faydalılığı,
2. Girişimci	Termal tesislere olan rağbet, sıcak suyun yıllardır süregelen değeri, mevsimsellik sorununun olmaması,
3. Girişimci	Termal turizmin 12 aya yayılması, sıcak suyun sağlık açısından değeri,

Tablo 5’de yer aldığı gibi, termal tesis yatırımına nasıl karar verildiği ve bu kararın alınmasında etkili olan faktörleri ele aldığımızda; 1. Girişimci; Termal suyun asırlar boyu çeşitli içme ve kür tedavisi ile hamam kullanımı için faydalanılmış olduğunu, mevsimsellik sorunun olmadığı, sıcak suyun bölgenin değeri olarak görüldüğü ve il merkeze yakınlığından dolayı diğer otel misafirlerine de daha iyi imkan ile tatil ve tedavi hizmeti vermek amacıyla yatırım kararı aldığını bildirmiştir. 2. Girişimci ise, termal tesisin deniz turizmi gibi olmadığı kışın da müşteri toplayabildiği yani deniz turizmine göre yıl içerisinde daha fazla rağbet olduğu için bu alana girme kararı aldığını bildirmiştir. 3. Girişimci ise, termal turizmin 12 aya yayılması, deniz otellerinin mevsim olduğunu ve sıcak suyun eskiden beri önemini yitirmemesi girişimciyi bu alana yatırım için teşvik eden nedenler arasında gösterilmiştir. İşletmelerin suyun cezbedici özelliğinin ve bu turizm çeşidinin mevsimsellik sorununun olmadığı farkında olması, yatırım kararı almalarındaki ortak etkenlerdir.

#### **4.1.b. Yatırım Kararı Alırken Hangi Araştırmaların Yapıldığına Dair Bulgular**

Araştırmaya katılan tüm Girişimciler yatırım kararı alırken hangi araştırmalarının oldu sorusunu yanıtlamışlardır. Görüşülen yöneticilerin vermiş olduğu cevaplar aşağıda Tablo 6’da mevcuttur.

**Tablo 6: Yatırım Kararı Alırken Yapılan Araştırmalar**

<b>Girişimciler</b>	<b>Görüşleri</b>
1.Girişimci	İşin getirisi, devlet destekleri, personel temini, müşteri memnuniyeti ve beklentilerine yönelik araştırmalar,
2. Girişimci	Piyasa, rekabet, devlet destekleri, kredi imkanları, yörenin imkanları, personel teminine yönelik araştırmalar,
3.Girişimci	Pazar araştırması ve yörenin imkanlarına yönelik araştırmalar.

Tablo 6’da yer aldığı gibi, yatırım kararı alırken girişimcilerin yapmış olduğu araştırmalara baktığımızda; 1. Girişimci, Turizm yatırım kararı almadan önce Balıkesir ilindeki otel yatırımlarının bize geri dönüşü nasıl olacaktır, bunun için devletten alabileceğimiz teşvik ve kredilerin neler olduğu, personel temini doğrultusunda kalifiyeli elemanı nasıl bulabiliriz, yapacağımız tesisleri yaparken misafirlerin beklentileri nelerdir birçok araştırmamız olmuştur diye görüşlerini bildirmiştir. 2. Girişimci, bu alanda yatırım kararı alırken öncelikle piyasa, Pazar, rekabet araştırmaları, devlet destekleri, kredi imkanları, yörenin altyapı ve üstyapı imkanları, yörede mevcut olan tesisler ve personel temini konusunda kapsamlı bir araştırma yaptıklarını bildirmiştir. 3 Girişimci, Pazar araştırması ve yörenin turizm imkanlarına yönelik araştırmaları olduğunu belirtmiştir. İşletme sahiplerinin tamamının, yatırım kararı alırken piyasa araştırmalarının olduğunu, rekabet stratejilerini önemsedikleri ve devlet desteklerine dikkat ettikleri görülmektedir.

#### **4.1.c. İşletmenin Yatırım ve İşletme Aşamasında Devlet Desteğinin Olup Olmadığına Dair Bulgular**

Araştırmaya katılan tüm Girişimciler yatırım ve/veya işletme döneminde devlet desteklerinden yararlandınız mı sorusunu yanıtlamışlardır. Görüşülen yöneticilerin verdikleri cevaplar aşağıda Tablo 7’de gösterilmiştir.

**Tablo 7: Yatırım ve İşletme Döneminde Devlet desteklerinden Yararlanılıp Yararlanılmadığına Dair Bulgular**

Girişimciler	Görüşleri
1.Girişimci	Ekonomi Bakanlığı Turizm Teşviklerinden 3. Bölge katkılarından yararlandığı,
2.Girişimci	Kalkınma Ajansı Yatırım Teşvikinden yararlandığı,
3.Girişimci	Herhangi bir devlet desteği almadığı,

Yatırım ve/veya işletme döneminde devlet desteklerinden yararlandınız mı sorusuna Girişimcilerin verdiği cevaplar Tablo 7’de belirtilmiştir. Burada 1. Girişimci devlet desteği olarak Ekonomi Bakanlığı Turizm Teşviklerinden 3. Bölge katkılarından yararlandığını, 2. Girişimci, Kalkınma Ajansının Yatırım Teşviklerinden yararlandığını belirtmiştir. 3. Girişimci ise yatırım ve işletme döneminde herhangi bir devlet desteği almadığını belirtmiştir. İki Girişimcinin belli alanlarda destek almasına rağmen 3. Girişimci maddi bir destek almadığını ifade etmiştir.

#### **4.1.d. Girişimcilerin Daha Önceki Yıllarda Hangi İş Alanlarında Tecrübeleri Olduğuna Dair Bulgular**

Araştırmaya katılan girişimcilerin tümü daha önceki yıllarda hangi iş alanı/alanlarında tecrübeleriniz bulunuyor sorusunu yanıtlamıştır. Cevaplar Tablo 8’de verilmiştir.

**Tablo 8: Girişimcilerin Daha Önceki Yıllarda Hangi İş Alanlarında Tecrübeleri Bulduğuna Dair Bulgular**

Girişimciler	Görüşleri
1.Girişimci	İnşaat ve yapı malzemeleri satış mağazası,hazır beton imalat tesisi ve şehir otelleri işlettikleri,
2.Girişimci	İş hayatına turizm ile başladığı,
3.Girişimci	İnşaat, hazır beton, Butik otel,deniz oteli gibi farklı otel gruplarını işlettiğini belirtmiş,

Daha önceki yıllarda hangi iş alanı/alanlarında tecrübeleriniz bulunuyor sorusuna verilen yanıtlara baktığımızda, 1.Girişimci, İl merkezinde iki adet 3 yıldız belgeli turistik otelimiz, inşaat ve yapı malzemeleri mağazamız, hazır beton imalat tesisimiz mevcut idi. Şirketimiz turizmde büyüme kararı aldıktan sonra bu konuda çalışmalarımıza hız verdik. 2012 yılında Bandırma ilçesinde 5 yıldız turistik işletme

belgeli otelimizi açtık diye yanıtlamıştır. 2.Girişimci, Turizm alanında 20 yıllık turizmciyim bu ikinci yatırımım diye yanıtlamıştır. 3. Girişimci, 40 yıldır turizmciyim. Daha önce butik otel ve deniz oteli işlettiğini, inşaat ve yapı malzeme işletmesinin bulunduğunu da belirtmiştir. İşletmelerin şuan ki işletmelerinden önce de turizm alanında olduğunu ifade etmeleri ve benzer yan hizmetlerde çalışmaları ortak özelliklerindedir.

#### **4.2.a. Termal Turizm Girişimciliğinde Karşılaşılan Sıkıntılar ve Bunların Nasıl Aşıldığına Dair Bulgular**

Araştırmaya katılan girişimcilerin termal turizm girişimciliğinde yatırım döneminde ve işletme döneminde zorluklar ve bürokratik engellerle karşılaştınız mı, hangi konularda sıkıntı yaşadınız ve bu sıkıntıları nasıl aştınız sorusuna Girişimcilerin verdikleri cevaplar Tablo 9’da verilmiştir.

**Tablo 9: Termal Turizm Girişimciliğinde Karşılaşılan Zorluklar ve Bu Zorlukların Aşılmasına Dair Bulgular**

<b>Girişimciler</b>	<b>Görüşleri</b>
1.Girişimci	Termal suyun kullanımı, kazı çalışmaları, suyun tesise taşınması, yasal değişiklikler,
2.Girişimci	Yasaların uygulanış şekilleri,
3.Girişimci	Yasal değişiklikler ve yasaların tutarsızlığı,

Termal turizm girişimciliğinde girişimcilerin karşılaştıkları sorunlara ve bu sorunları nasıl aştıkları sorularını; 1. Girişimci, Ciddi bir engelimiz olmadı, ancak termal su kaynaklarının kullanılması, kuyu açılması, kaynaktan tüketim noktasına ulaştırılmasında isale hattı çekimi, otelin arıtma sonrası atık su hattının yapılması sırasında bulunduğumuz konum itibari ile şahıs arazilerinden geçme zorunluluğu toprak sahipleri ile kolay olmayan kazı çalışmalarımız oldu diye yanıtlamıştır. Termo mineral sular ve Jeotermal kaynaklar kanununda son yapılan kanun değişimi ile su kaynağının çıktığı merkezin hangi yatırım bölgesinde olduğuna bakılmaksızın 5. Bölge yatırım teşvik desteklerinden faydalanması ile ilgili çıkan kanun oluşumunu, Başbakanlık döneminde Sn. Recep Tayyip Erdoğan’ın Balıkesir’e gelişiinde girişimcinin otelinde ikamet ettiği sırada sunulan mevcut olması, sorunun aşılmasında ve sektöre yaptığım en iyi hizmet olarak düşünüyorum diyerek yanıtlamıştır. 2. Girişimci, bürokrasi ve yasaların uygulama detayları yatırımcıların önündeki en büyük engellerden diye yanıtlamıştır. 3.Girişimci, Yatırım aşamasında bürokratik sıkıntılar yaşadığını belirtmiştir. Bu sıkıntıyı örneklendirdiğinde, Yatırım

projemiz çeşitli aşamalardan geçtikten sonra otelin açılışından sonra Büyükşehir uygulaması girince itfaiye gibi gereksinimlerin yeniden düzenlenmek istenmesi, yani işletmede otomatik itfaiye alarmı istediler. Bu durum düzenlemesi bitmiş olan otelimizi sıkıntıya soktu diye yanıtlamıştır. Bu düzenleme yerine getirilerek sıkıntı aşılmıştır. Sonuç olarak, işletmelerin tamamı, yasal düzenlemelerin eksikliğinden ve düzensizliğinden şikayet etmektedir

#### **4.2.b. Termal Girişimcilerin Daha İyi Hizmet İçin Devletten Hangi Alanlarda Destek Beklediklerine Dair Bulgular**

Termal girişimcilerin daha iyi bir hizmet için gerekli kurum ve kuruluşlardan beklentilerine dair soruyu tüm Girişimciler yanıtlamıştır. Girişimcilerin görüşleri aşağıdaki Tablo 10’da verilmiştir.

**Tablo 10: Termal Girişimcilerin Daha İyi Hizmet İçin Devletten Hangi Alanlarda Destek Beklediklerine Dair Bulgular**

<b>Girişimciler</b>	<b>Görüşleri</b>
1.Girişimci	İnsanların termal sular hakkında bilgilendirilmesi, bu suları kullanıma teşvik edilmesi,
2.Girişimci	Altyapı eksiklerinin giderilmesi, devlet politikalarının teşvik edici olması,
3.Girişimci	KDV indirimi, altyapı eksikliğinin giderilmesi, devlet politikalarının destekleyici olması, nitelikli personel ihtiyacı

Termal girişimcilerin daha iyi hizmet üretebilmesi için yerel yönetimlerden ve merkezi hükümetle ilgili kuruluşlardan beklentilerine baktığımızda 1. Girişimci, Tesisimizde günü birlik kullanım mevcut olup ancak halkımızın kültür olarak termal suların sağlık açısından faydası konusunda bilgisi olmaması sadece sağlık sorunu olduğunda bu desteği alması gerektiğini düşünmesi Türkiye’de termal kaynakların verimli kullanılmasını engellemektedir. Toplum olarak termal ve termo mineral suların romatizmal ve eklem rahatsızlıklarının oluşumunu engelleyen ve sağlığın devamını destekleyen önemli etkiye sahip olduğu bilincini yerleştirmemiz gerekir. Avrupa’da termal turizmin bu denli yaygın olmasının en önemli sebeplerinin başında bu gelir. Tabi ki tedavi aşamasında hem doktor tavsiyesi hem de sağlık sigortası ile devletin alınan hizmetin bedelini destek oranlarının yüksek olması etkilidir diye

yanıtlamıştır. 2.Girişimci, Öncelikle altyapı eksikliklerinin giderilmesi ama genel olarak devlet politikası olarak turizm sektörüne gereken ilginin ve katkının sağlanması olarak yanıtlamıştır. 3 Girişimci, KDV indirimi, altyapı eksikliği, özellikle kanalizasyon sorunlarının giderilmesi, Arıtmayı kendimiz yapıyoruz. Devlet politikalarının termal işletmelere yük getirmesi yani, termal kuyuların denetiminde jeoloji mühendisi, çevre düzenlemeleri için çevre mühendisi, elektrik düzenlemeleri için elektrik mühendisi, işletme içinde doktor, hemşire gibi maliyeti yüksek personeli şart koşması diye yanıtlamıştır. Genel anlamda baktığımızda işletmelerin tamamı bu alanla ilgili olarak devletin yaptırımlarından şikayetçidir.

#### **4.2.c. Girişimci Gözüyle Jeotermal Kaynaklar ve Doğal Mineralli Sular Kanunu’nda Turizm Amaçlı Kullanım İle İlgili Devletin Yasal Düzenlemelerinde Eksiklik Olup Olmadığına Dair Bulgular**

Girişimci olarak “Jeotermal Kaynaklar ve Doğal Mineralli Sular Kanunu”nda turizm amaçlı kullanım ile ilgili eksiklik buluyor musunuz sorusuna Girişimcilerin yanıtları aşağıda Tablo 11’de verilmiştir.

**Tablo 11: Devletin Jeotermal Sular Kanunu ile ilgili Yasal Düzenlemesindeki Yaptırımlara Yönelik Bulgular**

<b>Girişimciler</b>	<b>Görüşleri</b>
1.Girişimci	Yasanın kısmen değiştirilerek termal su kullanımına dair elde ettiği gelir üzerinden bedel alınmasını,
2.Girişimci	Kullanılan sudan iki kez ücret alınmaması gerektiği,
3.Girişimci	Belediye ait suyun işletmelere pahalıya satılması, İl Özel idarenin termal işletmenin toplam cirosunun %1’ni istemesi,

Girişimci olarak Jeotermal Kaynaklar ve Doğal Mineralli sular Kanunu’nda turizm amaçlı kullanım ile ilgili eksiklik bulunup bulunmadığına dair soru sorulduğunda Girişimcilerin benzer şeylerden şikayet ettikleri görülmektedir. İlk olarak 1.Girişimci, termal su kaynaklarının kullanımından dolayı devletin aldığı su rusüm bedellerinin hesaplanmasında uygulanan yasanın kısmen değiştirilerek, tesisin sadece termal su kullanımına ait elde ettiği gelir (havuzlar, hamam, spa-wellness vb.) üzerinden %1 rusüm bedeli alınması gereklidir. Şu an da uygulama işletmenin tüm

gelirinin toplamından %1 alınmaktadır. İşletmenin düzenlediği etkinliklerden (düğün, toplantı, seminer, konaklama vb. ) elde ettiği gelir hesap dışı olmalıdır diye ifade etmiştir. 2. Girişimci, bu konuyla ilgili çok fazla eksiklik gördüğünü en önemlisinin de yatırım izleme komitesi tarafından, işletmelerden kullandığı termal sudan ikinci defa ücret alınması yani bir koyundan iki kere post çıkarmak gibi diye ifade etmiştir. 3. Girişimci, belediyenin zamanında termal suların ruhsatını üzerine alıp bu suyu işletmelere pahalı fiyatlara satmasını uygun bulmadığını, İşletmenin termal suyu cirosu yerine toplam cirodan %1 pay istenmesi uygun görünmeyen durum olarak ifade etmiştir. Sonuç olarak Girişimcilerin tamamının, devletin aldığı ciro bedelinin sadece termal su kullanımından alınmasından yana olduğu görülmektedir.

#### **4.2.d. SGK'nın Bazı Termal Tesisleri Listeye Alıp Tedavi Masraflarını Karşılamaına Değerlendirmeye Yönelik Bulgular**

SGK (Sosyal Güvenlik Kurumu)'nın bazı termal tesisleri listeye alıp tedavi masraflarını karşılamaına yönelik soruya girişimcilerin verdikleri yanıtlar Tablo 12'de verilmiştir.

**Tablo 12: SGK'nın Bazı Termal Tesisleri Listeye Alıp Tedavi Masraflarını Karşılamaına Yönelik Bulgular**

<b>Girişimciler</b>	<b>Görüşleri</b>
1.Girişimci	Devlet desteğinin bu uygulamadaki payının yetersiz olması, Yabancı ülkelerin bu konuda daha donanımlı olması,
2.Girişimci	Uygulamanın yetersiz olması, kendileri ile iletişim kurulmadığı,
3. Girişimci	Böyle uygulamanın işletmelere çok faydası olacağını ancak bu konuyla ilgili detaylı bilgisinin olmaması,

Termal girişimcilere yöneltilen SGK'nın bazı termal tesisleri listeye alıp tedavi masraflarını karşılamaını nasıl değerlendiriyorsunuz sorusuna 1. Girişimci, ülkemizde fizik tedavi ihtiyacı olan hastaların devlet tarafından masraflarının çok küçük bir kısmı karşılanmaktadır. Yabancı ülkelerde hastanın tedavisinden tutun ulaşımına, konaklaması ve yeme-içmesine kadar devlet neredeyse tamamını ödediğini, ülkemizde yapılacak olan hastanelerin gerçekten ihtiyacı olan hastaların



özellikle kaplıca ve fizik tedavi seanslarından faydalanması gerekmekte olanların termal tesislere devlet tarafından masrafları karşılanarak sevk edilmesi gerektiğini ifade etmiştir. 2. Girişimci, bu uygulamanın bu alan için yeterli olmadığını hatta kendileri ile bu konu hakkında hiç iletişime geçilmediğini ifade etmiştir. 3. Girişimci, eğer böyle bir uygulama mevcut ise bu uygulamadan işletmelerin ve hastaların memnun olacağını ifade etmiş ancak, bu çalışma ile ilgili detaylı bilgisinin olmadığını, gereken kriterleri bilmediğini ifade etmiştir.

#### **4.3.a. Termal Girişimci Gözüyle Balıkesir'in Termal Alandaki Yeterliliğini Ölçmeye Yönelik Bulgular**

Termal alanda faaliyet gösteren girişimci olarak bulunduğunuz bölgenin ve Balıkesir'in termal turizm alanındaki mevcut durumunu nasıl değerlendiriyorsunuz sorusuna termal girişimcilerin verdikleri yanıtlar aşağıda Tablo 13'te verilmiştir.

**Tablo 13: Termal Girişimciler Tarafından Balıkesir'in Termal Alandaki Mevcut Durumuna Yönelik Bulgular**

<b>Girişimciler</b>	<b>Görüşleri</b>
1. Girişimci	Zengin kaynak potansiyelinin olmasına karşılık yeterli sayıda donanımlı tesisin olmaması, tanıtım eksikliğinin olması,
2. Girişimci	Devlet yaptırımlarından dolayı Balıkesir'in bu alanda ilerleyememesi,
3. Girişimci	Suyun son derece kaliteli olması, denizlerin kirletilmesi, altyapı sorunları termal rağbeti hızlandırmış olması,

Balıkesir'in termal turizm alanındaki mevcut durum değerlendirmesine baktığımızda 1. Girişimci, Balıkesir ilinin jeotermal kaynaklar bakımından oldukça zengin kaynağa sahip bir bölgede bulunduğunu, Ancak bu işletmenin hizmete başladığı 2005 yılı içerisinde Balıkesir ilinde tek 5 yıldızlı termal tesis olduklarını bu sayının günümüze kadar 12 yıl geçmesine rağmen sayının 3'ü geçmediğini, yatırımcılar olarak nasıl Afyon denilince ilk akla gelen termal tesisler oluyorsa Balıkesir'e yeni termal yatırımla kurarak ilimizi gerek yurt içi gerekse yurt dışı pazarında daha güzel tanıtabiliriz diye ifade etmiştir. 2. Girişimci, Balıkesir'in termal alanda kendini gösteremediğini bu konuda yetersiz olduğunu çünkü, devletin bu alanla ilgili ön açıcı desteğinin olmadığını ifade etmiştir. 3. Girişimci, bulunduğu

bölgede termalin mevcut durumunun iyi olduğunu, denizlerin kirletilmesi, altyapı eksikliği işletmelerin ağırlıklı olarak ikincil konutlara dönüştürülmesi deniz turizmini olumsuz etkileyerek doğal çıkışlı olan termal suya ilgiyi arttırdığını ifade etmiştir. Girişimcilerin tamamı Balıkesir'in termal kaynak potansiyelin yerinde ve yeterli düzeyde kullanılmadığını ifade etmiştir.

#### **4.3.b. Balıkesir ve Yörelere Bütünlük Oluşturan Termal, Doğal ve Kültürel Varlıkların Değerlendirilmesine Yönelik Bulgular**

Balıkesir ve bulunulan yörede termal, doğal ve kültürel varlıkların yeterince değerlendirilip değerlendirilmediğine dair soruya Girişimcilerin verdiği yanıtlar Tablo 14'de belirtilmiştir.

**Tablo 14: Balıkesir ve Yörelere Turistik Unsurların Değerlendirilmesine Yönelik Bulgular**

<b>Girişimciler</b>	<b>Görüşleri</b>
1. Girişimci	Çok fazla güzelliği olduğu, tanıtım eksikliği, eğitim-öğretim hayatında bu konu iyi aşılmalı,
2. Girişimci	Sahip olduğu özelliklerin ve güzelliklerinin değerlendirilmediği
3. Girişimci	Gereken ilgiyi görmediği, tanıtım, altyapı eksikliğinin olması,

Tablo 14'de da görüldüğü gibi Girişimcilerin genel ve bulunduğu konum itibariyle turistik varlıklara yönelik yaptığı değerlendirmelere baktığımızda 1. Girişimci, Balıkesir ilini bir bütün olarak ele alınması gerektiğini, her yeri ayrı güzel bir şehre sahip olduğumuzu ancak bunu çoğu insanın bilmediğini, turizmin sadece deniz turizminden ibaret olmadığını belirtmiştir. Bu alanda ilerleyebilmek Balıkesir'in tanıtım ihtiyacı olduğunu ve bu çalışmanın sosyal medya ve internet yoluyla daha hızlı ve geniş kitlelere ulaşıldığı, yatırımcıların yatırıma ikna çalışmalarının yapılması gerektiği, ilkokul çağından itibaren ders kitaplarında termal suların insan sağlığı açısından destekleyici etkisi olduğu, bunun yanında yüzme sporunun insan bedeninde en etkili spor dalı olduğunu ve bunu insanlara benimsetilmesi gerektiğini ifade etmiştir. 2. Girişimci, Balıkesir'in sahip olduğu turistik varlıklarının yeterince değerlendirilmediğini, başka ileri ülkelerin birinde olsa bambaşka sonuçların olacağını, bu konuyla ilgili olarak çok şey yapılabileceğini en önemlisi de yatırımcıya hak ettiği ilgi ve desteğin gösterilmesi gerektiğini bazı şeylerin sözde değil öze hitap etmesi gerektiğini ifade etmiştir. 3. Girişimci,

yeterince iyi değerlendirilmediğini, iyi bir değerlendirmenin olması için öncelikle iyi bir tanıtımın yapılması, altyapı eksikliklerinin giderilmesi, deniz kirliliğinin önlenmesinin gerektiğini ifade etmiştir.

#### 4.4. a. İşletmenin Fiziki ve Hizmet Statüsüne Ait Bulgular

İşletmelerdeki fiziki ve hizmet standartlarına ilişkin soruya işletme sahiplerin verdiği cevaplar Tablo 15’de verilmiştir.

**Tablo 15: İşletmelerin Fiziki ve Hizmet Statüsüne Ait Bulgular**

Girişimciler	Görüşleri
1. Girişimci	Ltd şirket, 2005 yılında açılış, 12 ay hizmet, 218 yatak, 87 oda, %45 doluluk, gelir getirici üniteler mevcut.
2. Girişimci	Ltd şirket, 2016 yılında açılış, 12 ay hizmet, 49 yıl faaliyet süresi, 121 oda ve 300 yatak, %60 doluluk, birçok gelir getirici ünite mevcut,
3. Girişimci	Ltd şirket, 2015 yılında kuruluş, 32 yıl faaliyet süresi 12 ay hizmet, yatak sayısı 300 oda sayısı 150, En yüksek ortalama doluluk %65, ortalama geceleme %3, gelir getirici alanlar mevcut,

İşletmelerdeki fiziki ve hizmet yapısına yönelik soruya termal girişimcilerin verdiği yanıtlara baktığımızda 1. Girişimci, hizmet statüsünün Ltd şirket olduğunu, kuruluş yılının 2005, faaliyet süresinin 12 yıl olduğu, yatak sayısı 218, oda sayısı 87, doluluk oranı yaz sezonunda en düşük %40 en yüksek % 55 ortalama %45 olduğu, kış sezonunda en düşük %50 en yüksek %70 ortalama %70 olduğu, Ortalama geceleme yerli 3 gece yabancı 1 gece olduğu, ala carterestaurant, havuz, bar, kür merkezi, çamaşırhane gibi gelir getirici ünitelere sahip olduğunu ifade etmiştir. 2. Girişimci, Ltd şirketi olduklarını, 2015 yılında işletmenin kurulduğunu fakat bu isim altında 49 yıldır faaliyet gösterdiklerini, 121 oda ve 300 yatağın olduğunu, yaz sezonunda ortalama doluluk %60 olurken kış sezonunda ortalama doluluğun %20 olduğunu, ala carterestaurant, havuz, bar, kür merkezi, çamaşırhane gibi gelir getirici ünitelerin olduğunu ifade etmiştir. 3. Girişimci, Ltd şirket olduklarını, 2015 yılında açılış yaptıklarını, faaliyet süresinin 32, yatak sayısının 300, oda sayısının 150 olduğunu, yazın en yüksek fiyatın 120 TL kışın en yüksek 100TL olduğunu, yarım pansiyon hizmet verildiğini, doluluk oranı yaz sezonunda en düşük %50 en yüksek %80 ortalama %65 olduğunu, Kışın en düşük %20 en yüksek %50 ortalama %35

olduğu, ortalama 3 gece kalındığını, havuz, bar, kőr merkezi, toplantı ve dűđün yerleri, gibi birçok gelir getirici ünitelere sahip olduklarını ifade etmişlerdir.

#### 4.4.b. İşletme Çalıştırıcısına Ait Bulgular

İşletme sahiplerine oteli ve/veya termal tesisi siz mi işletiyorsunuz, bir işletici firma ile çalışıyor musunuz sorusuna işletme sahiplerinin verdiği yanıtlar Tablo 16'da verilmiştir.

**Tablo 16: İşletme Çalıştırıcısına Ait Bulgular**

Girişimciler	Görüşleri
1.Girişimci	İşletmeyi kendilerinin işlettiğini,
2.Girişimci	İşletmeyi kendilerinin işlettiğini
3.Girişimci	İşletmeyi kendilerinin işlettiğini

Tablo 16'da görüldüğü gibi Girişimcilerin hepsi kurdukları işletmeleri kendilerinin işlettiklerini ifade etmiştir.

#### 4.5. Müşteri Profili ve Müşteri İlişkileri İle İlgili Bulgular

Müşteri profiliniz kimlerden oluşmaktadır, kim/kimler sizde konaklamaktadır, müşterileriniz size, siz müşterilerinize nasıl ulaşıyorsunuz sorusuna termal girişimcilerinin verdiği yanıtlar Tablo 17'de verilmiştir.

**Tablo 17: Müşteri Profili ve Müşteri İlişkileri İle İlgili Bulgular**

Girişimciler	Görüşleri
1.Girişimci	Her türlü yaş grubuna hizmet ettikleri, bulunduğu ortamdan uzaklaşmak isteyen kitle daha çok geldiğini, bu kişilerle bireysel, acenta, web üzerinden, reklam afişleri, sponsorluklar, fuarlar,projelerle irtibata geçildiğini,
2.Girişimci	Termal tatilciler, toplantı yapan gruplar,iş seyahatçileri gelmekte, bireysel, acenta, web, tavsiye, reklamlar yazılı basın, sponsorluklar, projeler, indirimli anlaşmalar,
3.Girişimci	Yaşlı ve muhafazakar kesim, bireysel, acenta, web, reklam tanıtımları, kurumsal indirimler,

Tablo 17’de görüldüğü gibi Girişimcilerin müşteri kitlesinin daha çok kimlerden oluştuğunu ve bu müşterilerle hangi kanallarla bağlantı kurulduğuna dair vermiş olduğu cevaplar yukarıda da belirtildiği gibi 1. Girişimcinin müşteri kitlesi 7’den 70’e her yaş ve her sektörden misafirlerinin bulunduğu, ağırlıklı olarak büyükşehir gürültüsünden, kirliliğinden uzaklaşmak isteyen, yoğun iş temposu içinde çalışanların oluşturduğunu ifade etmekle birlikte bu müşterilerle bağlantı kanalları olarak bireysel tercihleri, acenta anlaşmaları, web ziyaretleri, tavsiyeler, işletmenin reklamları, yazılı ve görsel yayınları, sponsorluklar, sosyal sorumluluk projeleri, yerli ve yabancı fuarlara katılım, kurumlarla yapılan indirim anlaşmalarını ifade etmiştir.2. Girişimcinin müşteri profilini termal tatil için gelenler, iş için seyahat edenler, topları gruplarının oluşturduğunu ifade etmiştir. Bu müşterilerle iletişimlerinin bireysel, acenta, web üzerinden, tavsiyelerle, işletmenin yapmış olduğu reklamlar, yazılı ve görsel basın yayınları, sponsorlukları, sosyal sorumluluk projeleri, kurumlarla indirim anlaşmaları ile sağlandığını belirtmiştir. 3.Girişimci müşteri kitlesinin daha çok romatizmal gibi rahatsızlıklara gelen yaşlılar ve muhafazakar kesimin oluşturduğunu ve bu müşterilerle iletişimlerini bireysel, acenta, web üzerinden, yazılı basın yayın araçları ve kurumlara yapılan indirim anlaşmaları ile sağladıklarını ifade etmiştir.

#### **4.6. Termal Tesislerde Uygulanan Hizmetlere ve Bu Hizmetleri Kullanan Kişilere Yönelik Bulgular**

Termal girişimcilere yöneltilen tesisinizde termal sağlık hizmeti olarak hangi uygulamalarının olduğu, hangi hastalıkların tedavisinin yapıldığı, dinlenme ve tedavi amacıyla gelenlerin ortalama geceleme sayısı ve en çok ziyaret eden müşterilere yönelik sorumuzun yanıtları Tablo 18’de verilmiştir.

**Tablo 18: Termal Tesiste Uygulanan Hizmetlere ve Bu Hizmetleri Kullanan Kişilere Yönelik Bulgular**

Girişimciler	Görüşleri
1.Girişimci	Hizmet olarak; Balneoterapi, Thalassoterapi, hamam, sauna olduğu, tedavi edilen hastalıklar; romatizmal rahatsızlıklar, felç, ortopedik rahatsızlıklar olduğu, tedavide ortalama 7 gece, dinlenme amacıyla gelenlerin ortalama 2 gece konakladığı, termal dışında gelenlerin oranı %60 daha çok yerli halkın ve pazarlamacıların geldiği,

<b>Tablo 18– Devamı</b>	
2.Girişimci	Tesiste balneoterapi, Thalassoterapi hizmetleri, eklem rahatsızlıkları, felç, romatizmal rahatsızlıkların tedavi edildiği, tedavide ortalama 2 gece dinlenmede ortalama 3 gece kaldığı, tedavi dışında gelenlerin oranının %50 olduğu, tedavi dışında en çok yerli halk ve pazarlamacıların geldiği,
3.Girişimci	Tam bir tedavi hizmetinin verilmediği, gelen müşteriye hangi amaç için geldiği sorulmadığı, daha çok yerli halkın geldiği

Tablo 18’de de görüldüğü gibi Termal Tesiste Uygulanan hizmetler ve bu hizmetleri kullananlara yönelik bulgulara baktığımızda, 1. Girişimci, termal tesislerinde balneoterapi, thalassoterapi, hamam, sauna gibi hizmetlerinin verildiğini, diz ve eklem hastalıkları, romatizmal rahatsızlıklar, felç, bel- boyun fitiklarının ve ortopedik rahatsızlıkların tedavi edildiğini, tedavi için gelenlerin ortalama 7 gece, dinlenme için gelenlerin ortalama 2 gece konakladıklarını, tesiste konaklayan müşterilerden sadece dinlenme için gelenlerin oranı %60 olduğu, tedavi dışında konaklama için daha çok yerli halk ve pazarlamacıların geldiğini ifade etmiştir. 2.Girişimci tesislerinde balneoterapi, thalassoterapi, sauna, hamam gibi hizmetlerinin verildiği, romatizmal, eklem ağrılarının, felç, kaza gibi rahatsızlıkların tedavi edildiği, tedavi için gelenlerin ortalama 2 gece, dinlenme için gelenlerin ortalama 3 gece kaldığını, tesise tedavi dışında gelenlerin oranının %50 olduğu ve tedavi dışında gelenlerin daha çok yerli halk ve pazarlama çalışanları olduğunu ifade etmiştir. 3. Girişimci, tesislerinde bakanlıkça verilen kriterlerin yeterince uygulanmadığı, halk sağlığı konusunda hizmet vermek için hemşire ve masörlerin olduğunu profesyonel personelin olmadığını, suyun şifa özelliğinden dolayı romatizmal, eklem, ortopedik rahatsızlıkların giderilmesinde etkili olduğunu, gelen müşterinin hangi amaçla geldiği kesin olarak bilinmediği için belli bir orandan bahsedilemeyeceğini ve tesise daha çok yerli halk ve pazarlama çalışanlarının geldiğini ifade etmiştir.

#### 4.7.a. Tesisi Sağlık Amacıyla Ziyaret Eden Yabancılara Yönelik Bulgular

Tesisinize yerli hastaların yanında yabancı hastalar da geliyor mu sorusuna işletme sahiplerinin verdiği yanıtlar Tablo 19’da gösterilmiştir.

**Tablo 19: Tesisi Sağlık Amacıyla Ziyaret Eden Yabancılara Yönelik Bulgular**

Girişimciler	Görüşleri
1.Girişimci	Yabancı hasta ziyaretçisi yok,
2.Girişimci	Yabancı hasta ziyaretçisi yok,
3.Girişimci	Yabancı hasta ziyaretçisi yok,

Tablo 19’da de görüldüğü gibi Girişimcilerin tümü yurt dışından tedavi amacıyla gelen ziyaretçisi olmadığını açıklamıştır. Bu açıklamalara göre 1. Girişimci, Tesislerine yabancı hastaların gelmediğini, bu hastaların gelmesi için dış hatlarla bağlantısı olan en uzak 50 km mesafede bir hava limanının olması gerektiğini ifade etmiştir. 2. Girişimci, Yurtdışı bağlantılarının olmadığı için termal tedavi amacıyla ziyaretçilerinin olmadığını ifade etmiştir. 3.Girişimci, Tesislerinde kapsamlı bir sağlık hizmeti uygulanmadığı için yabancı hasta ziyaretçilerinin olmadığını ifade etmişlerdir.

#### 4.7.b. Yurt Dışında Yapılan Çalışmalara Yönelik Bulgular

Yurt dışı bağlantılarınız ve bu konuda çalışmalarınız var mı sorusuna işletmelerin verdikleri cevaplar Tablo 20’de verilmiştir.

**Tablo 20: Yurt Dışında Yapılan Çalışmalara Yönelik Bulgular**

Girişimciler	Görüşleri
1.Girişimci	Fuarlara katılım, yurtdışında ki derneklerle sürekli paylaşım halinde olma
2.Girişimci	Belli çalışmaların Yapıldığını fakat sonuç alınmadığı,
3.Girişimci	Belli bir çalışmalarının olmadığı,

Tablo 20’de de görüldüğü gibi Yurtdışı çalışmalarında tam anlamıyla kapsamlı çalışmaların olmadığı görülmektedir. Bu açıklamalara göre 1. Girişimci, yurt dışı fuarlarına bireysel olarak tesisleri adına stand ile bizzat katıldığını, tesislerinin tanıtılması konusunda Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü ve bağlı oldukları dernek aracılığı ile yurt dışı fuarlarında yer aldığını, Almanya ve Belçika’da yaşayan

Balıkesirliler dernekleri ile sürekli paylaşımlarının olduğunu ifade etmiştir. 2. Girişimci, Yurt dışında belli alanlarda çalışmalar yaptıklarını fakat bu çalışmalardan verim alamadıklarını çünkü, Avrupalı turistlerin birçoğunun Türkiye'ye gelmek istemediklerini ifade etmiştir. 3. Girişimci, yerli halka hizmet ettiklerini yurt dışında herhangi bir çalışmalarının olmadığını ifade etmiştir.

#### **4.7.c. Tesisin Termal Tedavi İçin Hangi Şehirlerden Talep Gördüğüne Dair Bulgular**

Termal tedavi için Balıkesir dahil hangi şehirlerden daha çok ziyaretçilerinin olduğuna dair soruya termal girişimcilerin verdiği yanıtlar Tablo 21'de gösterilmiştir.

**Tablo 21: Termal Tedavi Açısından İşletmelerin Hangi Şehirlerden Talep Gördüklerine Dair Bulgular**

<b>Girişimciler</b>	<b>Görüşleri</b>
1.Girişimci	Balıkesir, İstanbul, Bursa, Manisa, İzmir, Çanakkale
2.Girişimci	Balıkesir, İstanbul, Sakarya, Trakya Bölgesi illeri,
3.Girişimci	Balıkesir, İstanbul, Bursa, Çanakkale, İzmir,

Tablo 21'de de görüldüğü gibi işletmeleri tercih eden şehirlere baktığımızda 1. Girişimci, tesislerine daha çok Ege ve Marmara Bölgelerinde yer alan Balıkesir, İstanbul, Bursa, Manisa, İzmir, Çanakkale illerinden ziyaretçi geldiğini belirtmiştir. 2. Girişimci, tesislerine Balıkesir, İstanbul, Sakarya ve Trakya Bölgesinde yer alan illerden ziyaretçi aldıklarını ifade etmiştir. 3.Girişimci, tesislerine %60 oranında İstanbul'dan ziyaretçi geldiğini daha sonra bu sırayı Bursa, Çanakkale ve İzmir'in izlediğini Balıkesir'den gelen ziyaretçi sayısının az olduğunu çünkü bölge halkı olduğu için genellikle kendi konutlarının olduğu veya konaklayacakları alternatiflerinin olduğunu belirtmiştir.

#### **4.7.d. Acenta İşbirliğine ve Müşterilerin Gelişlerine Yönelik Bulgular**

Acenta ile çalışıyor musunuz ve müşterileriniz size daha çok bireysel olarak mı yoksa turlarla mı daha çok geliyorlar sorusuna işletmecilerin verdiği yanıtlar Tablo 22'de verilmiştir.



**Tablo 22: Acenta İşbirliğine ve Müşteri Gelişlerine Yönelik Bulgular**

Girişimciler	Görüşleri
1.Girişimci	Acenta ile çalıştıkları ve Müşterilerinin bireysel geldiği,
2.Girişimci	Acenta ile çalıştıkları, bireysel talebin daha çok olduğu,
3.Girişimci	Acenta ile çalıştıkları, bireysel gelişin daha fazla olduğu,

Tablo 22’de de görüldüğü gibi tüm Girişimciler acenta ile çalıştıklarını ve müşterilerinin daha çok bireysel olarak işletmelerine geldiklerini belirtmişlerdir. 3. Girişimci ek olarak bayram gibi özel günlerde ve hafta sonu programlarında müşterin turlarla geldiğini de ifade etmiştir.

**4.7.e. İşletmenin Verimli ve Verimsiz Dönemlerinin Tespitine Yönelik Bulgular**

İşinizde mevsimsel dalgalanmalar yaşanıyor mu, yüksek ve düşük sezon dönemleriniz nedir sorusuna Girişimcilerin vermiş olduğu yanıtlar Tablo 23’te verilmiştir.

**Tablo 23: İşletmenin Verimli ve Verimsiz Dönemlerinin Tespitine Yönelik Bulgular**

Girişimciler	Görüşleri
1.Girişimci	Mevsimsel dalgalanmaların olduğu, Kış sezonu düşük sezon, yaz yüksek sezon,
2.Girişimci	Mevsimsel dalgalanma yaşanıyor, yaz sezonu yüksek sezon,
3.Girişimci	Mevsimsel dalgalanma yaşanıyor,yaz ayları yüksek sezon

Tablo 23’te de görüldüğü gibi Girişimcilerin tümü mevsimsel dalgalanmalardan etkilendiklerini ifade etmiştir. Bu İfadelere göre 1. Girişimci en düşük sezon dönemini Ekim- Mayıs aylarında, en yüksek sezon dönemini Mayıs-Ekim aylarında olduğunu belirtmiştir. 2.Girişimci ramazan ayında büyük bir düşüş yaşandığını en yüksek dönemin yaz tatillerinde ve sömestr tatillerinde olduğunu ifade etmiştir. 3. Girişimci, yüksek dönemlerinin 15 Haziran-15 Eylül arasında

olduğunu, düşük sezon dönemlerinin ocak-şubat- mart gibi kış aylarının olduğunu, bahar döneminin de orta sezon olduğunu belirtmiştir.

#### 4.8.a. Müşteri Memnuniyetine Yönelik Bulgular

Otelde konaklayan müşterilerin internet ortamındaki değerlendirmelerini dikkate alıyoruz ve müşteri memnuniyetini arttırmak için neler yapıyorsunuz sorusuna girişimcilerin verdikleri yanıtlar Tablo 24’te belirtilmiştir.

**Tablo 24: Müşteri memnuniyetine Yönelik Bulgular**

Girişimciler	Görüşleri
1.Girişimci	Söylenenleri dikkate aldıkları, özel günlere dikkat ettikleri, müşteri ziyaretleri, kampanyalar, indirim uygulamalarının yapıldığı,
2.Girişimci	Müşteri sorunlarını dikkate aldıklarını ve hızlı çözüm uyguladıkları,
3.Girişimci	Şikayetler ve önerilerin dikkate alındığı,

Tablo 24’e göre tüm Girişimciler müşteri ilişkilerine önem verdiklerini herhangi bir konuda sıkıntı ve şikayetlerini çözüme kavuşturduklarını belirtmişlerdir. Bu açıklamalar göre 1. Girişimci, öncelikle müşterilerinin konaklama süresince beklentilerini araştırdıklarını, bu araştırma neticesinde işletmenin bu konudaki yeterliliğini ölçmek adına kendi içlerinde gerek anket gerekse sözlü olarak misafirlere fikir talep ettiklerini, misafirlerinin doğum günü, evlilik yıldönümü vb günlerini kutladıklarını, müşteri ziyaretlerinde bulduklarını, dönemsel kampanyalar ve cazip fiyat avantajlı paketler hazırladıklarını ifade etmiştir. 2.Girişimci, müşteri istek ve şikayetlerini dikkate aldıklarını bunlara hızlı çözümler üretilip müşterilerini işletmeden mutlu göndermeyi hedeflediklerini belirtmiştir. 3. Girişimci, müşteri memnuniyeti için her şeyin yapıldığını ancak maliyet sınırlı olduğu için kalite ve hizmet ölçüsünün kişiye göre algısının değiştiğini belirtmiştir. Örnek olarak da kg fiyatı pahalı olan bir peynirin kahvaltıda konması müşteriye memnun ederken işletmeyi maliyet açısından sıkıntıya sokabileceğini ifade etmiştir.

#### 4.8.b. İşletmeyi Farklı Kılan Etkenlere Yönelik Bulgular

Termal girişimcilere diğer tesislere göre müşterilerin sizi tercih etmesi için farklı uygulamalarının olup olmadığına dair yöneltilen soruda işletmelerin verdiği cevaplar Tablo 25’de verilmiştir.

**Tablo 25: İşletmeyi Farklı Kılan Etkenlere Yönelik Bulgular**

Girişimciler	Görüşleri
1.Girişimci	Müşteriye yakınlık,
2.Girişimci	Organik gıda tüketimi sunmaları, en iyi toplantı oteli olması
3.Girişimci	Müşteri memnuniyeti, kampanyalar, el yapımı ekmek ikramı,

Tablo 25’de görüldüğü gibi işletmeleri birbirinden ayıran müşterilerin tercihlerini etkileyen farklı etmenlerin mevcut olduğunu görüyoruz. Bu etmenleri incelediğimizde 1. Girişimci, işletmenin farklılığını ortaya koyacak etkenleri, işletme olarak misafirlerine maddi kazanç sağlayan bireyin dışında evlerine gelen misafir sıcaklığında davrandıklarını ve bu etkenin müşteriye tatmin ettiğini söylemiştir. 2.Girişimci, İşletme büfesinde 3000 metre karelik alandaki organik sebze-meyve bahçesinden ve tavuklardan elde edilen ürünlerin ikram edildiği, yemeklerde kullanılan zeytinyağı ve zeytinlerin kendileri tarafından yetiştirildiği ve bölgenin en iyi toplantı salonuna sahip olduklarını belirtmiştir. 3.Girişimci, müşteri memnuniyetine çok önem verdiklerini, kampanyalar düzenlediklerini ve kendi fırınlarında yapılan ekmeklerin taze ve lezzetli olmasından dolayı tercih edildiklerini belirtmiştir.

#### **4.8.c. Balıkesir Üniversite Hastanesi ile İşbirliğine ve Termal Tedavide Gerekli Nitelikli Personel Teminine Yönelik Bulgular**

Balıkesir Üniversitesi Araştırma ve Uygulama Hastanesi ile İş birliğiniz var mı, termal tedavi hizmetlerinde çalışacak sağlık personeli ve diğer personel temini konusunda sıkıntı yaşıyor musunuz sorularına Girişimcilerin verdikleri yanıtlar aşağıda Tablo 26’da gösterilmiştir.

**Tablo 26: Balıkesir Üniversitesi Hastanesi ile İşbirliğine ve Termal Tedavide Gerekli Nitelikli Personel Teminine Yönelik Bulgular**

Girişimciler	Görüşleri
1. Girişimci	Hastane iş birliği yok, nitelikli personel az,
2. Girişimci	Hastane işbirliği yok, tesis hizmetine göre personel sıkıntısı,
3. Girişimci	Hastane işbirliği yok, nitelikli personel sıkıntısı,

Tablo 26’da de görüldüğü gibi Girişimcilerin tümü Balıkesir Üniversitesi Araştırma ve Uygulama Hastanesi ile işbirliklerinin olmadığını ifade etmiştir. Termal tedavi hizmetlerinde çalışacak sağlık personelinin temini konusunda 1. Girişimci, kalifiyeli personel bulmanın zor olduğunu, ilimizde hizmetinde uzmanlaşmış yeteri kadar sağlık personeli bulunmadığını ifade etmiştir. 2.Girişimci, tesisin sağlık alanındaki yeterliliği göz önüne alındığında herhangi bir personel sıkıntısı yaşamadıklarını ifade etmiştir. 3. Girişimci, verdikleri hizmet neticesinde alanında uzman personele ihtiyaç duymadıklarını, sözleşmeli personelin yeterli geldiğini ifade etmiştir.

#### 4.8.d. İşletmelerde Hizmet İle İlgili Yaşanan Sorunlara Yönelik Bulgular

İşletme sahiplerine sıcak su temini ve işinizle ilgili başka sorunlar yaşıyor musunuz ve bu sorunları aşmak için neler yapıyorsunuz sorusuna verdikleri yanıtlar aşağıda Tablo 27’de belirtilmiştir.

**Tablo 27: İşletmelerde Hizmet ile İlgili Yaşanan Sorunlara Yönelik Bulgular**

Girişimciler	Görüşleri
1.Girişimci	Sıcak su sorununun olmadığı, belli başlı küçük sorunlar olduğu bunlara yönelik araştırmalar yapıldığı,
2.Girişimci	Sıcak suyun temin sorunu, bürokratik engeller, devlet desteğinin yetersizliği,
3.Girişimci	Sıcak su sıkıntısı yok, Devletin yaptırımları zorluyor,

Tablo 27’de de görüldüğü gibi her işletmede olduğu gibi termal tesislerin işletilmesinde de belli başlı sorunlar yaşanmaktadır. Bu sorunları incelediğimizde 1.Girişimci, bu zamana kadar sıcak su ile ilgili bir sorun yaşamadıklarını işletme içerisinde küçük belli başlı sorunlar olabileceğini bu sorunları faaliyet aşamasından hizmet aşamasına kadar sürecin değerlendirilmesi yapıp gerekli araştırmaların yapıldığını ifade etmiştir. 2.Girişimci, sıcak suyun temininden hem belediyelerin hem de valiliğin ücret alması işletmeyi zora soktuğunu, bunun dışında iş ile ilgili bürokratik ve katı yasaların işletmeleri zorladığını, yatırımcıların devlet desteğinden yoksun olduğunu ifade etmiştir. 3.Girişimci, İşletmenin kendi sıcak su kuyusu olduğu için sorun yaşamadıklarını fakat şebeke suyu olanların sıkıntı

yaşayabileceğini, sıcak suyun işletmeye ulaşımı sırasında suyun pahalı olmasından dolayı vanaların kapatıldığını bunun sonucunda da suyun içerde soğuduğunu ve verimsizleştiğini bu sorunların yanında devletin tesislerde kuyu kısmında jeoloji mühendisi, trafolar da elektrik mühendisi, kanalizasyon vb hizmetlerde çevre mühendisi, sağlık hizmetinde doktor, hemşire, fizyoterapist gibi ödenekleri yüksek personel çalıştırma zorunluluğu getirerek maliyetleri aşan imkanlara zorlaması en büyük sıkıntılar olduğunu ve işletmelerin üzerindeki maliyet yükü azaltılmalıdır diye önerisini de ifade etmiştir.

#### **4.9.a. Termal Girişimciliğin Maddi Getirisinin Değerlendirilmesine Yönelik Bulgular**

İşinizden ve kazancınızdan memnun musunuz, tesise yaptığınız harcamalara göre elde edilen kazanç yeterli mi, bu yatırımın kendini amorti(geri ödeme süresi) ortalama kaç yıl olduğuna dair sorumuza Girişimcilerin verdiği yanıtlar Tablo 28’de ifade edilmiştir.

**Tablo 28: Termal Girişimciliğin Maddi Getirisinin Değerlendirilmesine Yönelik Bulgular**

<b>Girişimciler</b>	<b>Görüşleri</b>
1.Girişimci	Zor olmasına rağmen zevkli iş olduğu, hizmet giderlerin kazancı aşabildiği,9-11 yıl yapılan yatırımın başarılı olduğunu gösterdiği,
2.Girişimci	İşlerinden çok fazla memnun olmadıkları, elde ettikleri kazancın yeterli olmadığını, 10 yılda kendini amorti etmesi gerektiği,
3.Girişimci	Çok fazla tatmin edici bir memnuniyetlerinin olmadığını, kazancın çoğu zaman yeterli olmadığı, en fazla 15 yıl sonra ödeme süresini bitirmesi gerektiğini,

Tablo 28’de görüldüğü gibi işletme sahiplerinin termal yatırımlarında işin getirine dair sorulan sorulara verdiği yanıtlar gösterilmiştir. Buna göre 1. Girişimci, hizmet sektörünün zor olmasına rağmen zevkli bir uğraş olduğu, %100 müşteri memnuniyetinin hiçbir turizm sektöründe mümkün olmadığını, insanların hepsinin aynı sunum veya servisi beğenmesinin imkansız olduğunu, eleştirilemeyecek kadar yüksek memnuniyetin başarı olduğunu, işin öncelikle sevilmesi gerektiğini

belirtmiştir. Tesislerini çağın gerektirdiği gibi daha modern bir şekilde misafirlerine hizmet sunmak için yenilenmesi, personel eğitimleri için alınan hizmetler, değişen sağlık, gıda, turizm, iş güvenliği vb gibi yönetmeliklere göre yapılan harcamaların bazen kazançtan daha fazla olabileceğini ve 9-11 yılları arasında yatırımın kendini ödemesinin başarılı bir yatırım olduğun göstergesi olduğunu belirtmiştir. 2.Girişimci, işlerinden ve buna paralel olarak kazançlarından memnun olmadıklarını, elde edilen gelirin yeterli olmadığını, buradaki yatırımı bankada faize değerlendirselerdi kazancın daha yüksek olacağını belirtip, en fazla 10 yılda işletmenin kendini amorti etmesi gerektiğini ifade etmiştir. 3.Girişimci, ay sonunda işletme masraflarının maliyetini çıkartabiliyorsa bu işletme açısından karlı görüldüğü, bunlar dışında işletmeye çok fazla artı gelir kalmadığını ve amorti süresinin 15 yılı geçmemesi gerektiğini ifade etmiştir.

#### **4.9.b.İşletme Gelişimine Yönelik Bulgular**

İlk kuruluştan bu tarihe kadar işletmeniz büyüdü mü, işletmenizde nasıl bir gelişme oldu sorusuna termal girişimcilerin verdiği yanıtlar Tablo 29’da verilmiştir.

**Tablo 29: İşletme Gelişimine Yönelik Bulgular**

<b>Girişimciler</b>	<b>Görüşleri</b>
1.Girişimci	Yıldız sayısı arttırıldı, hizmetler geliştirilmiş,
2.Girişimci	Kalitenin arttırılması yolunda yatırımlar yapıldığı
3.Girişimci	İşletmenin 3. Oteli olması,

Tablo 29’da de görüldüğü gibi Girişimcilere ilk kuruluştan bu tarihe kadar işletmede nasıl bir gelişme olduğuna dair sorulan soruya verdikleri yanıtlar verilmiştir. Buna göre 1.Girişimci, tesislerinin kuruluş yılında 4 yıldız statüsünde açıldığını ancak hizmete başladıkları 1 yıl içerisinde yapılan değişim ve yenilikler ile 5 yıldızlı termal tesis olmaya hak kazandıklarını ve bununla birlikte tesis içerisinde verilen hizmetler geliştirilerek büyümeye katkı sağlandığını belirtmiştir. 2.Girişimci, kuruluş yılına göre kalite standartlarında artış olduğunu belirtmiştir. 3.Girişimci, İşletmenin turizm alanındaki 3. Oteli olduğunu, geçen yıllarda turizmde patlamalar yaşandığı sırada bu alana yatırım kararı aldıklarını belirtmiştir.

#### 4.9.c. Girişimcin İş Hayatına Dair Bulgular

Bu işiniz dışında başka işiniz var mı, kaç yıldır iş hayatının içindesiniz sorusuna işletmelerin verdikleri yanıtlar Tablo 30’da belirtilmiştir.

**Tablo 30: Girişimcinin İş Hayatına Dair Bulgular**

Girişimciler	Görüşleri
1.Girişimci	İnşaat yapı malzemeleri, 28 yıldır iş hayatında
2.Girişimci	Turizm alanında, 18 yıldır turizm alanında olduğu,
3.Girişimci	İnşaat malzeme şirketlerinin olduğu,32 yıldır çalışma hayatında olduğu,

Tablo 30’da görüldüğü gibi işletme sahiplerinin iş alanları ve iş hayatındaki faaliyet sürelerine yönelik soruya verdiği cevaplar yer almaktadır. Buna göre 1.Girişimci, inşaat yapı malzemeleri, hazır beton ve inşaat sektöründe de faaliyet göstermekte olduklarını ve 28 yıldır aktif olarak iş hayatında yer aldığını açıklamıştır. 2.Girişimci, Çanakkale ili sınırları içinde Yeşil Yurt Köyünde 2000 yılında açılan Öngen Country Hotel adında işletmesinin olduğunu belirtmiştir. 3.Girişimci, inşaat malzemesi satan şirketlerinin bulunduğunu ifade etmiştir.

#### 4.9.d. Termal Girişimci Gözüyle Markalaşmaya Yönelik Bulgular

Markalaşma konusunu nasıl değerlendiriyorsunuz ve bu alana dair çalışmalarınız var mı sorusuna yönelik girişimcilerin verdiği yanıtlar Tablo 31’de ifade edilmiştir.

**Tablo 31: Termal Girişimci Gözüyle Markalaşmaya Yönelik Bulgular**

Girişimciler	Görüşleri
1.Girişimci	Faaliyette ve proje halinde olan otelleri sayesinde bölgede akla gelen ilk isim oldukları,
2.Girişimci	Tanınmış zincir otellerden en büyük marka ismini aldıklarını ve bu isim altında ilk termal otel olarak isimlerini duyurduklarını,
3.Girişimci	Yıldız sayısını arttırmaya çalıştıkları, ismin güvenilirliği ve kalitesiyle sektörde önem kazanmak,

Tablo 31’de görüldüğü gibi termal girişimcilerin markalaşma konusunda verdikleri yanıtlar gösterilmiştir. Buna göre 1.Girişimci, her işletmenin istediği en büyük hedeflerden birinin markalaşma olduğunu belirtirken kendi adlarına turizm alanında faaliyet gösteren 4 otellerinin ve hali hazırda plan aşamasında bulunan 2 otel projelerinin mevcut olduğunu, bu otelleri bir isim adı altında toplayarak gerek yurt içi gerekse yurt dışında başarılı bir şekilde tanıtmayı başardıklarını, Balıkesir otel hizmeti denilince akla gelen ilk isim olduklarını ve markalaşma yolunda büyük bir büyük otel zinciri olan WYNDHAM’ın en büyük marka isimlerinden birini aldıklarını ve bu isim adı altında dünyadaki ilk termal otel olarak ayrı bir öneme sahip olduklarını belirtmiştir. 3.Girişimci, ismin güvenilirliğini ve kalitesini hatasız bir şekilde ilerleterek sektörde ayrıcalıklı bir yer edinme çalışmalarının olduğunu, markalaşmaya önem verdiklerini bunun için işletmelerinde yıldız sayısını arttırarak kalite standartlarını iyileştirmeyi amaçladıklarını ifade etmiştir.

#### **4.10. İşletmelerde Çevre Yönetimi ve Akreditasyon Çalışmalarına Yönelik Bulgular**

Çevre yönetimi ile ilgili çalışmalarınız var mı ve uluslar arası pazara ulaşabilmek amacıyla akreditasyon çalışmalarınız var mı ESPA (Avrupa Kaplıcalar Birliği) diye sorduğumuz soruya işletme sahiplerinin verdiği yanıtlar Tablo 32’de verilmiştir.

**Tablo 32: Çevre Yönetimi ve Akreditasyon Çalışmalarına Yönelik Bulgular**

<b>Girişimciler</b>	<b>Görüşleri</b>
1.Girişimci	Elektrik ve su kullanımına yönelik tedbirler, akreditasyon çalışmalarının olmadığı,
2.Girişimci	Yeşil yıldız almak istemeleri, elektrik, su kullanımında önlemler, akreditasyon çalışmalarının olmadığı,
3.Girişimci	Katı atık toplama,güneş enerjisini kullanma,akreditasyon çalışmalarını olmadığı,

Tablo 32’de de görüldüğü gibi çevre yönetimi ve akreditasyon çalışmalarına yönelik sorulara verdikleri cevaplar yer almaktadır. Buradan yola çıkarak 1.Girişimci, Otellerinde her yıl kendini geliştirme ve güncelleme için büyük bir bütçe ayırdıklarını, termal kaynaklarından ısınma ve ısıtma sistemlerini çalıştırdıklarını,



karbondioksit salımı yapmadıklarını, elektrik ve su kullanımını azaltıcı tedbirlerinin ve bunlara yönelik eğitimlerinin olduğunu, yeşil yıldız ile ilgili çalışmalarının olduğunu fakat bu alanla ilgili biraz daha yol kat etmeleri gerektiğini ve otellerinin hizmet ve kapasitesi açısından ESPA üye olma standartlarının yetersiz olduğunu herhangi bir akreditasyon çalışmalarının olmadığını belirtmiştir. 2.Girişimci, elektrik ve su kullanımına yönelik tedbirlerinin olduğunu, yeşil yıldız alma adına çalışmalarının devam ettiğini ve herhangi bir akreditasyon çalışmalarının olmadığını ifade etmiştir. 3.Girişimci, katı atık toplama çalışmalarına katıldıklarını, yazın suyun ısıtılmasında güneş enerjisinden yararlandıklarını ve herhangi bir akreditasyon çalışmalarının olmadığını ifade etmiştir.

#### **4.11. İşletmelerin Dernek ve Kurum Üyeliklerine Yönelik Bulgular**

Sağlık ve/veya termal kuruluşların işbirliğini sağlayan bir dernek veya vakfa üyeliğiniz var mı, varsa o kurumun termal turizm ile ilgili ne gibi çalışmalarının olduğu sorusuna verdikleri yanıtlar Tablo 33’de ifade edilmiştir.

**Tablo 33: İşletmelerin Dernek ve Kurum Üyeliklerine Yönelik Bulgular**

<b>Girişimciler</b>	<b>Görüşleri</b>
1.Girişimci	Üyeliğin olduğu, kuruluşun üye işletmelerin ortak çıkarlarını koruduğunu, tesis kalitesini yükseltme çalışmaları, tesislerin uluslar arası tanıtımına katkıda bulunma,
2.Girişimci	Herhangi bir üyeliğinin olmadığını,
3.Girişimci	Termal olarak bir üyeliğinin olmadığı, turizm alanını ile ilgili üyeliğinin olduğu,

Tablo 33’de de görüldüğü gibi işletmelerin herhangi bir dernek ve kuruluşa üyeliğini sorduğumuz soruya verdikleri yanıtlar yer almaktadır. Bu yanıtlardan hareketle 1.Girişimci, Türkiye Kaplıca Talasso ve Kür Merkezleri Derneği üyesi olduklarını ve yönetiminde yer aldıklarını belirtip bu derneğin Türkiye’deki kaplıca, talasso ve kür tesislerinin ortak çıkarlarını korumak ve maddi ve manevi güçlenmelerini örgütlü bir şekilde sağladıklarını, tesislerin modernize edilmesi ve kalite standartlarının yükseltilmesi için çaba harcadıklarını, Türkiye’deki tesislerin başta Avrupa ülkeleri olmak üzere uluslararası bazda tanıtımını sağladıklarını, ESPA içersinde faaliyet göstermek ve uluslararası kaplıca ve talasso sektörü temsilcileri ile

işbirliği yaptıklarını ifade etmiştir. 2.Girişimci, herhangi bir kuruma üyeliklerinin olmadıklarını, bu kurumların pratikte işletmelere somut bir yararlarının olmadığını önemli ve geçerli olanın yasalar olduğunu ifade etmiştir. 3.Girişimci, KAZOT (Kazdağı Otelleri) adı altında turizm alanı ile ilgili genel bir üyeliğinin olduğunu, termal alanla ilgili ayrı bir üyeliğinin olmadığını ifade etmiştir.

#### **4.12. Sağlık Turizminin Geleceğine ve Yeni Termal Yatırımcılara Yönelik Bulgular**

Balıkesir genelinde; termal, medikal ve ileri yaş sağlık turizminin geleceğini nasıl görüyorsunuz ve bu alana yatırım yapmak isteyen yeni girişimcilere tavsiyeleriniz nelerdir sorusuna Girişimcilerin verdiği yanıtlar Tablo 34’te verilmiştir.

**Tablo 34: Sağlık Turizminin Geleceğine ve Yeni Termal Yatırımcılara Yönelik Bulgular**

<b>Girişimciler</b>	<b>Görüşleri</b>
1.Girişimci	Kaynak yeterliliği ve kalitesi yüksek, destek ve teşviklerle ilerleyebileceği, yatırımı her yönüyle düşünmelidirler,
2.Girişimci	Şartlara bağlı olarak her zaman her şeyin olabileceğini kesin bir yorumun yapılamayacağını, yatırım için iyi düşünmeleri,
3.Girişimci	Coğrafi konum avantajı olduğu, sağlık turizmine talebin artacağı, piyasa şartlarını iyi takip etmeleri,

Tablo 34’te görüldüğü gibi termal girişimcilerin sağlık turizmine ve bu alana yatırım yapacak yeni girişimcilere yönelik düşünceleri yer almaktadır. Buna göre 1.Girişimci, Balıkesir’in bulundurduğu yer altı kaynakları bakımından oldukça zengin bir şehir olduğu, birçok ilçemizde termal su kaynağı ve tesis bulunduğunu, yerel ve ulusal yönetimden yatırımcıları buraya teşvik ederlerse ve yapılacak yatırımlara kolaylık sağlarsa KDV indirimleri, yer temini, izin vb. etkenlerle Balıkesir’in birkaç yıl içerisinde ülke termal turizminde ön sıralarda yer alacağını ve yatırım kararı alırken her şeyin düşünülmesi gerektiğini ifade etmiştir. 2.Girişimci, turizm sektörü şartlar ve durumlar karşısında çok kolay etkilenen bir sektör olduğu için pozisyonların her yerde ve her zaman değişebileceği gibi ileriye dönük bir plandan

söz edilemesin uygun olmayacağını ve bu alana yatırım yapacak olanların çok iyi düşünüp çok iyi araştırma yapmaları gerektiğini ifade etmiştir. 3.Girişimci, Balıkesir'in coğrafi konum olarak avantajlı bir yere sahip olduğu ve buna ek olarak sahip olduğu yer altı ver üstü zenginlikleriyle gelecekte kendine ayrı bir yer edinebileceğini belirtmiştir. İnsanların sağlık konusunda eski zamanlarda olduğu gibi doğal tedavi yöntemlerine yönelmeleri ve talebi termal şifalı sularla karşılamak istemeleri bu alandaki arzı arttırmıştır. Medikal turizmde hedef sağlık turizmini tam anlamıyla karşılayabilmek olduğu için SGK'nın destekleriyle bu alandaki hareketliliğin artacağını, ileri yaş turizminde de yaşlı bakım evlerinin yapılabileceğini ama bu yaşayış tarzının ülkemiz geleneklerine uymadığı için çok cazip gelmediğini, bu sistemin daha çok Avrupa ülkelerinde yaygın olduğunu belirtip bu alana yatırımı şu zamanda tavsiye etmeyeceğini, çünkü mevcut otellere bile talebin az olduğunu bu durumda talep az olunca arzın olmasının gereksiz olacağını, ileriki zamanlarda değişen koşullara ve isteklere göre hizmet verilmesin işletme ve ülke olarak daha uygun olacağını belirtmiştir.

## 5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Son bölümümüz olan bu kısımda araştırma konusuna yönelik olan literatür taraması, görüşme tekniği ve betimsel analiz sonucu elde edilen bulgular değerlendirilmiş, yapılan değerlendirmelere bağlı olarak elde edilen sonuçlara yer verilmiştir.

Termal turizm girişimcilerinden elde edilen bilgiler kapsamında, Balıkesir İl'inde faaliyet gösteren termal turizm girişimcilerinin, bu alandaki yatırım stratejilerini belirleyen bu çalışmada ilk olarak girişimcilerin bu alana girme konusunda kararlarını etkileyen faktörleri saptanmıştır. Çünkü, literatür kısmında da belirtildiği gibi termal turizmin ana kaynağı termal su hakkında çok eski zamanlardan beri süre gelen bir değer söz konusudur. Termal otel girişimcilerinden alınan bilgilere göre; bu alandaki yatırıma karar verirken öncelikle sıcak su değerinin baz alınması etkili olmuştur. Yapılan literatür araştırmasında da yer aldığı gibi insanlar eski zamanlardan beri, kaybettikleri sağlıklarını geri kazanmak veya mevcut sağlıklarını korumak adına doğal bir tedavi yöntemi olan şifalı sulara yönelmişlerdir. Dünya nüfusunun hızla yaşlandığı günümüz şartlarında da eski zamanlarda olduğu gibi insanlar, doğal şifa kaynaklarına yönelmektedir. Bu talebin farkında olan yatırımcıların ortak görüşlerine bakıldığında yatırım kararını etkileyen en önemli sebebin bu faktör olduğu görülmektedir. Yatırımcılara cazip gelen diğer bir faktör ise, termal turizmin deniz turizmi gibi mevsimsellik sorunun olmamasıdır.

Termal turizm yöneticilerinden elde edilen bilgiler doğrultusunda ulaşılan başka bir sonuç ise, yatırım kararı alırken yapılan araştırmalarda devlet desteklerinin önemli olduğudur. Yatırımcıların bu alana belli bir sermaye ile girdikleri, bu sermayeyi hizmete dönüştürmede gerek arazi temini, gerek su çalışmaları gibi faktörlerde ek desteklere ihtiyaç duydukları belirlenmiştir. Girişimciler; geleceğe dönük piyasa araştırması, personel temini, müşteri memnuniyeti konusunda da çalışmalar yapmaktadır. Bu araştırmaların yatırım öncesinde yapılmasının işletme ve yatırımcı açısından önemlidir.

Diğer bir sonuç, işletmelerin yatırım ve işletme aşamasında devlet desteklerine ihtiyaç duyduklarıdır. Bu ihtiyaç alanları ve miktarları farklı olmakla

birlikte devletin farklı alanlardaki destek veren kuruluşlarından destek alınmıştır. Bir Girişimci yeterli sermaye birikimi nedeniyle bu hizmetten yararlanmadığını ifade etmiştir.

Ulaşılan bir diğer sonuç, yöneticilerin erken yaşlardan itibaren turizm alanının içinde var oldukları, piyasayı yakından tanıyıp takip ettikleridir.

Önemli bir diğer sonuç, tesis sahiplerinin termal yatırıma karar verirken farklı alanlarda farklı sıkıntılarla karşılaşmış olmalarıdır. Her bir işletme sahibi termal yatırım alanındaki yasal düzenlemelerden şikayetçidir. Suyun çıkarımı, kullanımı gibi sıkıntıların yanında bu alanla ilgili kanun değişiklikleri, işletmeleri sıkıntıya sokabilmektedir. “Jeotermal Kaynaklar ve Doğal Mineralli Sular Kanununda” değişiklik yapılması talep edilmektedir. Çünkü devlet termal tesislerden; toplam gelir üzerinden %1 resüm bedeli almaktadır. İşletme sahipleri bu yasanın yeniden düzenlenmesini ve bu bedelin toplam gelir yerine termal su kullanımından elde edilen gelir üzerinden alınması gerektiğini ifade etmişlerdir.

Ulaşılan başka bir sonuç, Balıkesir’in termal potansiyelinin; gerek kaynak sayısı, gerekse suyun kalitesi bakımından ender rastlanan şehirlerden biri olmasıdır. Balıkesir gerek coğrafi konumu, gerekse yer altı ve yerüstü zenginlikleriyle keşfedilmeyi bekleyen hazine gibidir.

Araştırmaya katılan termal turizm yatırımcılarından elde edilen diğer bulgular genel olarak şunlardır: Altyapı eksiklikleri ve tanıtım yetersizliği, işletmelerin hizmet kalitesini ve çekim gücünü azaltmaktadır. İşletme sahipleri termal turizmin gelecekteki getirilerinin farkındadır ve bu işi bilinçli olarak yapmaktadır. Ancak henüz uluslararası standartları yakalayamamışlardır.

## **Öneriler**

Araştırma sonuçlarına ilişkin yukarıda yapılan değerlendirmelere bağlı olarak yöneltilen öneriler aşağıda belirtilmiştir.

### ***Araştırmacılara yönelik neriler;***

Termal turizm girişimciliği üzerine termal tesis yatırımcılarına yönelik herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Termal turizm girişimciliği konusunda ileriki zamanlarda yapılacak araştırmalarda bu alanla ilgili bilgilerin artmasına ve daha çok araştırma yapılmasına olanak sağlayabilecektir. Ayrıca termal ve girişimcilik üzerine literatür çalışmalarının da genişletilmesi sağlanmış olacaktır. Konuyla ilgili mevcut literatürün genişletilebilmesi için, konuyla ilgili derinlemesine bilgi elde edilebilmesine olanak sağlayan nitel araştırma yönteminin kullanılması da önerilebilmektedir.

### ***Sektöre yönelik neriler;***

- Araştırmamızın temelini oluşturan termal turizm yatırımlarının yeterli sayıda ve amacına uygun şekilde hizmet verebilmesi adına kamusal desteğin gerektiği tespit edilmiştir. Bu desteklerin başında eğitimler ve mevzuatsal yenilikler gelmektedir. Mevcut işletmelerde hizmet standartları belli kalıplardan çıkamamaktadır. Devletin bu alanla ilgili hukuksal düzenlemeleri tekrardan gözden geçirip işletmelerin yanında olması sağlanabilir.
- Bu termal potansiyel zenginliğin karşısında tek ve farklı olmak yerine, birlikte karar alıp, birlikte hareket edebilme dürtüsünün oturması gerekir. Rekabeti kendi içlerinde değil de farklı ülkelere karşı uygulamalıdırlar.
- Müşteri beklentileri ve istekleri sektör içinde değerlendirilmekle kalmamalı, kamuya da taşınmalıdır. Çünkü; kısıtlı imkanları genişletecek olan devlet yaptırımlarıdır.
- Her şeyi dışarıdan hazır beklememeli, işin içinde olanlar olarak gerekli görülen eksiklikleri ve istekleri yazılı ve sözlü olarak gerekli mercilere ulaştırılması sağlanmalıdır.
- Eğer gelecekte de yeri olan bu sektör pastasından daha fazla pay almak isteniliyorsa, öncelikle dış piyasa araştırmalarının düzenli ve titiz bir şekilde analiz edilip, müşteri potansiyeli belirlenmeli daha sonra bu kitlenin neyi, ne zaman ve nasıl istediğine ulaşılmalı, devlet destekleri ve bu alanla ilgili uygulamaları sıkı takip edilmelidir. Çünkü; bazı işletmelerin bu alanla ilgili bazı uygulamalarından haberdar olmadığını görmekteyiz veya işletmeler desteklere başvurup genişlemek, ilerlemek yerine kendi sermayesiyle kendi

yağında kavrulmayı tercih ettiğini görüyoruz. Bunların aşılması gerekir. Aksi takdirde standart getirisi olan bir turizm işletmesinden öteye geçemez.

- Termal turizm girişimciliğine yönelik herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır.

Çalışma, termal turizm girişimciliği konusunda ileriki zamanlarda yapılacak araştırmalara ışık tutabilecektir. Termal turizm yatırımlarının yeterli sayıda ve amacına uygun şekilde hizmet verebilmesi için kamusal desteğe ihtiyaç vardır. Bu desteklerin başında eğitimler ve mevzuat ile ilgili yenilikler gelmektedir. Bölgedeki işletmeler birlikte hareket ederek bölge tanıtımını iyi yapmalıdır. İşletme sahipleri gerekli görülen eksiklikleri ve istekleri yazılı ve sözlü olarak gerekli mercilere ulaştırmalıdır. İşletme sahipleri yerli turist yanında yabancı turistleri de çekmek için gerekli iş birliği içinde hareket etmeli ve eksikleri tamamlamalıdır.

## KAYNAKÇA

- Acar, N. ve Turan, A. (2016). Sağlık Çalışanlarının Sağlık Turizmi Farkındalığı Üzerine Bir Araştırma: Ahi Evren Üniversitesi Eğitim ve Araştırma Hastanesi Çalışanları Örneği, Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 17(1), 17-36.
- Acayıp, E. (2012). Termal Turizm İşletmelerinde İç ve Dış Müşteri Tatmini İlişkisi, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Aydın.
- Akbulut, G. (2010). Türkiye’de Kaplıca Turizmi ve Sorunları, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 9(1), 35-54.
- Akçay, Y. (2014). İnegöl-Oylat Jeotermal Kaynağının Termal Turizm Açısından Değerlendirilmesi, Bülent Ecevit Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Zonguldak.
- Akdu, U., Bostan, S. ve Akdu, S. (2016). Hastanelerde Otel Konforunda Oda Tasarımı: Beş Yıldızlı Otel Odasını Örnek Edinme, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Balıkesir: 401-418.
- Aksu, R. (2009). Ayaş (Ankara) Kaplıcalarının Termal Turizm Açısından Değerlendirilmesi, Afyonkocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Afyonkarahisar.
- Altunay, E., Oral, G. ve Yaçınkaya, M. (2014). Eğitim Kurumlarında Mobbing Uygulamalarına İlişkin Nitel Bir Araştırma, Sakarya University Journal of Education, 4/1, ss.64.
- Arıkan, S. (2002). Girişimcilik, Siyasal Kitapevi, Ankara.
- Arlı, M. ve Nazik, M.H. (2001). Bilimsel Araştırmaya Giriş, Gazi Kitapevi, Ankara. 55.
- Arseven, A.D. (2001). Alan Araştırma Yöntemi İlkeler Teknikler Örnekler (2. Baskı). Gündüz Eğitim ve Yayıncılık, Ankara. 135.
- Arslantürk, Y. (2015). Seyahat Kavramı ve Seyahatin Tarihçesi (Ed: Yasin Keleş). Seyahat Acentacılığı ve Tur Operatörlüğü, Grafiker Yayınları, Ankara: 15-53.
- Ayık, U. (2016). Türkiye’de Alternatif Turizm Faaliyetlerinin Gelişen Bir Kolu Olarak Kaplıcalar: Tuzla İçmeler Örneği, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 15(1), 149-169.
- Aylar, F. (2014). Orta Karadeniz’de Yeni Gelişen Bir Termal Turizm Merkezi: Gözlek Kaplıcası (Amasya). Doğu Coğrafya Dergisi, 32, 261-276.



- Babaç, E. (2014). Termal Turizm İşletmelerinde İşgörenlerin Müşteri İlişkileri Yönetimi Algılamaları: Afyonkarahisar İli Örneği, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir.
- Bal, H. (2001). Bilimsel Araştırma Yöntem ve Teknikleri, Süleyman Demirel Üniversitesi Yayınları, Yayın No: 20, Isparta. 142.
- Balıkesir İl Kültür Turizm Müdürlüğü, (2014a). Genel Bilgiler. [www.balikesir.gov.tr/sanayi](http://www.balikesir.gov.tr/sanayi).
- Bastem, S. (1997). Termal Turizmi ve Erzurum Termal Turizm Potansiyeli, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Erzurum.
- Batman, O. (2004). Otel İşletmeleri, (Ed: Şehnaz Demirkol ve Burhanettin Zengin). Turizm İşletmeleri, Değişim Yayınları, İstanbul: 81-117.
- Bayar, E. (1997). Türk Termal Turizm Potansiyeli ile Tesisleri ve Bir Uygulama, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Isparta.
- Bayın, G. (2015). Türkiye’de Sağlık Turizmi Alanında Yapılan Lisansüstü Tezlerin İçerik Değerlendirmesi, KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 17(28), 49-55.
- Baynazoğlu, M. E. ve Serce, G. (2013). Sağlık Turizmi Temelli Destinasyon Pazarlamasında Türkiye’nin Rekabet Üstünlüğü (Ed: Kurtuluş Karamustafa). 14. Ulusal Turizm Kongresi (05- 08 Aralık). Detay Yayıncılık, Ankara: 216-235.
- Beybur, M. (2009). Girişimcilik- Kobi İlişkisi Bağlamında Banka Kredilerinin Girişimcilik (KOBİ) Sektörü Üzerindeki Etkileri, Dicle Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Diyarbakır.
- Bişgin, H. (2000). Termal Turizmin Değerlendirilmesinde Sportif Faaliyetlerin Yeri ve Önemi, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kütahya.
- Bozok, D. (2008). Balıkesir, (Ed: Gürhan Aktaş). Türkiye Turizm Coğrafyası, Detay Yayıncılık, Ankara: 79-96.
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak Kılıç, E., Akgün, Ö.E., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2009). Bilimsel Araştırma Yöntemleri (3. Baskı). Pegem Akademi, Ankara, 23, 158-160.
- Cansız, M. (2013). Türkiye’nin Yenilikçi Girişimcileri Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Örneği, Kalkınma Bakanlığı Yayınları, Ankara.
- Cihangir, İ. S. (2016). Termal Turizm Potansiyelinin Bölgesel Kalkınmada Ekonomik Rolü: İlgin Termal Tesislerinde Bir Uygulama, Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Konya: 15-23.

- Coşkun, S. (2013). Stratejik Rekabet Üstünlüğü Sağlama Aracı Olarak İnovasyon Stratejileri: Kocaeli Otel İşletmeleri Üzerinde Bir Araştırma, Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Düzce.
- Çakan, V. (2016). Termal Turizm İşletmelerine Yönelik Tüketici Satın Alma Karar Süreci, Balıkesir Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir.
- Çelik, S. (2009). Afyonkarahisar'da Uluslar arası Termal Turizm Destinasyonu Oluşturma Potansiyelinin Analizi, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Afyonkarahisar.
- Çetin, T. (2011). Termal Turizm Potansiyeli Açısından Kozaklı (Nevşehir) Kaplıcaları, *TurkishStudies*, 6(1), 899-924.
- Çetindamar, D. (2002). Türkiye'de Girişimcilik, Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneği Yayınları, Yayın No: TÜSİAD-T/2002-12/340, İstanbul.
- Çetintaş, H. (2014). Termal Turizm İşletmelerinde Hedonik ve Faydacı Tüketim Eğiliminin Davranışsal Niyetler Üzerine Etkisinin Belirlenmesi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir.
- Çontu, M. (2007). Alternatif Turizm Çeşitleri ve Kızılcahamam Termal Turizmi Örneği, Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Bolu.
- Çontu, M. (2015). Termal Turizm İşletmelerinde Hizmet Standartlarının Geliştirilmesi (Ed: Mustafa Altındiş). Termal Turizm, Nobel Yayıncılık, Ankara: 13-23.
- Dalgın, T., Karadağ, L. ve Bingöl, Z. (2015). Türkiye'de Turizm Girişimciliğinin Gelişimi ve Turizmle İlgili Sağlanan Teşvikler, *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, C.4, S. 1, ss. 174-184.
- Damar, A. (2015). Girişimcilik Kişilik Özelliklerinin Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimlerine Etkisi: Sannro Üniversitesi ve Selçuk Üniversitesi'nde Karşılaştırmalı Bir Araştırma, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Konya.
- Demir, C. ve Çevirgen, A. (2006b). Turizm ve Çevre Yönetimi Sürdürülebilir Gelişme Yaklaşımı, Nobel Yayıncılık: Ankara.
- Dinler, M. (2014). Hizmet Sektöründe Halkla İlişkiler Faaliyetlerinin Tüketici Algısına Etkisi: Termal Turizm Sektöründe Bir Araştırma, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Afyonkarahisar.
- Doğanay, H. ve Deniz, M. (2016). Sağlık Turizmi Merkezi Olarak Alangüllü- Elengüllü (Germencik- Bozköy) Kaplıcası, *Doğu Coğrafya Dergisi*, 20(36), 157-182.
- Doğaner, S. (2001). Türkiye Turizm Coğrafyası, Çantay Kitapevi, İstanbul.
- Dolgun, U. (2003). Girişimcilik, Alfa Yayıncılık, Bursa: 4.

- Dolgun, U. (2003). Girişimcilik, Alfa Yayınları, İstanbul.
- Döm, S. (2008). Girişimcilik ve Küçük İşletme Yöneticiliği (2.Baskı). Detay Yayıncılık, Ankara.
- Duru, A.V. (2014). Sağlık Tesislerindeki Yöneticilerin İnovasyon Algısı: Düzce Örneği, Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Düzce.
- Dündar, Ü. (2015). Suyun Fiziksel Gücü ve Su İçi (Akuatik) Egzersizlerin Faydaları (Ed: Mustafa Altındış). Termal Turizm, Nobel Yayıncılık, Ankara: 147-156.
- Edinsel, S. ve Adıgüzel. O. (2014). Türkiye'nin Sağlık Turizmi Açısından Son Beş Yılda Dünya Ülkeleri İçindeki Konumu ve Gelişmeleri, Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 4(2), 167-190.
- Efe, M. N. (2016). Girişimcilikte Temel Prensipler, Umuttepe Yayınları, Kocaeli.
- Ekiz, E. ve Yazıcı, H. (2016). Termal Turizmde Farklı Bir Destinasyon: Jeoturizm (Afyonkarahisar Örneği). Journal Of World Of Turks / ZeitschriftFürDieWelt Der Türkein, 8(1), 67-81.
- Emir, O. ve Durmaz, G. (2009). Afyonkarahisar'ın Termal Turizm İmajı Üzerine Bir Değerlendirme, Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 20(1), 25-32.
- Erdoğan, E. ve Aklanoğlu, F. (2007). Termal Turizm ve Afyon-Gazlıgöl Örneği, E-Journal of New World Sciences Academy, Natural and Applied Sciences, 3(1), 83-92.
- Erentürk, S. (2011). Sağlık Turizmi Olarak Balıkesir (Ed: şener Ceryan ve Yasemin İnce Güney). Balıkesir Kent Sempozyumu (26-28 Kasım) Bildiriler Kitabı, Balıkesir Belediyesi Yayınları, Balıkesir: 11-20.
- Ergüven, M.H. (2015). Sağlık Turizminde Wellnessın Geleceğine Turizm Bağlamında Bir Bakış (Ed: Mustafa Altındış). Termal Turizm, Nobel Yayıncılık, Ankara: 33-42.
- Erhan şemşimoğlu, E. (2010). Türkiye'de Termal Turizmin Gelişimi, Termal Turizm Tesislerinin Tasarım Kriterleri: Afyonkarahisar İli Örneği Üzerinden İncelenmesi, Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Evliyaoğlu, S. (1989). Genel Turizm Bilgileri, Ankara.
- Evliyaoğlu, S. (1996). Türkiye Turizm Coğrafyası ve Türkiye Coğrafyası'nın Ana Hatları, Ofset Yayıncılık, Ankara.
- Gençay, İ.C. (2010). Kurumsal Performans Değerlendirme ve Termal Turizm İşletmelerinde Kurumsal Performans Karnesi Oluşturulmasına Yönelik Model Önerisi, Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Tokat.
- Göçmen Güvercin, Z. (2008). Turizm Çeşitlendirmesi Kapsamında İzmir'de Termal Turizmin Tedavi Amaçlı Kullanımı ve Ekonomik Değeri, Dokuz Eylül

Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İzmir.

- Gül, M. (2015). Müşteri Temelli Marka Değerinin Yaratılması ve Termal Turizm Amaçlı Seyahat Eden Turistlerin Marka Algılarının Ölçülmesi: Balçaova Örneği, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Balıkesir.
- Gülen, K. G. ve Demirci, S. (2012). Türkiye'nin Sağlık Turizmi Sektörü, İstanbul Ticaret Odası Yayınları No: 2011-39, İstanbul: 54-107.
- Güler Kümbül, B. (2010). Sosyal Girişimcilik, Efil Yayınevi, Ankara.
- Gümüş, F. ve Büyük, Ö. (2008). Sağlık Turizminde Yeni Açılımlar: Tıp Turizmi (Hazırlayanlar: Necdet Hacıoğlu, Cevdet Avcıkurt, Sebahattin Karaman, Ahmet Köroğlu). III. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi (17-19 Nisan) Kongre Bildiri Kitabı, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara: 433-437.
- Gündüz, H. ve Güler, M. E. (2015). Termal Turizm İşletmelerinde Çok Ölçütlü Karar Verme Teknikleri Kullanılarak Uygun Tedarikçilerin Seçilmesi, Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, C.30, S.1, ss. 203-222.
- Güney Marmara Kalkınma Ajansı, (2013). Balıkesir'de Yatırım Yapmak İçin 101 Neden, Güney Marmara Kalkınma Ajansı, Balıkesir.
- Güney Marmara Kalkınma Ajansı, TR22 Güney Marmara Bölgesi Yenilenebilir Enerji Araştırması Raporu, Balıkesir.
- Güney, S. (2008). Girişimcilik Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular (3. Baskı). Siyasal Kitapevi, Ankara.
- Güngördü, E. (2003). Türkiye'nin Turizm Coğrafyası Doğal ve Tarihi Coğrafya Açısından, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Günlü, E. (2015). Sosyal Girişimcilik Olgusunun Kavramsal Analizi ve Turizmde Sosyal Girişimcilik, Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırma Dergisi, ss. 35.
- Güvenç, C. (2007). Türkiye'deki Termal Turizm Tesislerinin Planlama ve Tasarım İlkelerine İlişkin Bir Model Önerisi: Çanakkale Örneği, Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Doktora Tezi, İstanbul.
- Güvenç, Z. (2009). Termal Turizm İşletmelerinde Hata ve Hilelerin Önlenmesinde Belge Sisteminin Önemi ve Bir Uygulama, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale.
- Güzel, S., Ergen, F. ve Aydemir, B. (2015). Türkiye'de Sağlık Turizmi ve Sağlık Turizminde Değer Zinciri, (Ed: Burhanettin Zengin). 14. Geleneksel Turizm Paneli 2015 Bildiri Kitabı, Sakarya Üniversitesi Matbaası, Sakarya: 539-554.
- Horvath, V. (2013). Introduction of Hungarian Wellness and Medical Tourism: with the Nordic Countries as main target group.

- İbret, Ü. (2007). Türkiye’de Yeni Gelişen Bir Termal Turizm Merkezi: Çavundur Kaplıcası, Doğu Coğrafya Dergisi, 18, 135-163.
- İçöz, O. (2009). Sağlık Turizmi Kapsamında Medikal (Tıbbi) Turizm ve Türkiye’nin Olanakları, Journal Of Yaşar University Yayınları, 4(14), 2257-2279.
- İlban, M.O., Köroğlu, A. ve Bozok, D. (2008). Termal Turizm Amaçlı Seyahat Eden Turistlerde Destinasyon İmajı: Gönen Örneği, İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Yıl.7, S.13.,ss.105- 129.
- İlker, G. (2012). Türkiye’de Termal Turizme Yönelik Hizmet Veren Konaklama İşletmelerinde Pazarlama Karması Elemanları: Örnek Bir Alan Araştırması, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Konya.
- Kaçar, M. (2014). Termal Turizm İşletmelerinde Müşterilerin Rekreasyon Talebi ‘Balıkesir İli Örneği’. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek lisans Tezi, Balıkesir.
- Kahyalar, V. (2014). Başarılı Bir İşletme İçin Yeni Girişimcilik, Erguvan Yayınevi, İstanbul.
- Karagülle, M. Z. (2015). Termal Turizm Kaplıca Turizmi ve Türkiye Geleceği, [www.termalsaglik.com](http://www.termalsaglik.com).
- Karasar, N. (2003). Bilimsel Araştırma Yöntemleri (12. Baskı). Nobel Yayın Dağıtım, Ankara. 109-168.
- Karataş, Z. (2015). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, Manevi Temelli Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi, Cilt 1, Sayı 1, ss.70.
- Kayış, A. (2010). Girişimcilik ve İç Girişimciliğin Önündeki Engeller: Yazılım Sektöründe Bir Uygulama, Gebze Teknoloji Enstitüsü Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisan Tezi, Gebze.
- Kaynar, B. (2005). Termal Turizm İşletmelerinde Faaliyete Dayalı Maliyetleme Sistemi ve Afyon İlinde Bir Uygulama, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Afyonkarahisar.
- Keskin, Y. (2008). Termal Turizm İşletmelerinde Müşteri Tatmininin Ölçülmesi: Kızılcahamam Örneği, Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Düzce.
- Kırkbir, F. (2007). Türkiye Termal Turizm Pazarlamasında Müşteri Sadakatine Yönelik Yapısal Bir Model Önerisi, Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Trabzon.
- Kocaoğlu, B., Kanra, G., Çelik, M., Özcan, C., Egemen, A., Öztekin, Z., Güler, Ç. ve Turhan, G. (1996). Sağlık Bilgisi I, Mili Eğitim Basımevi, İstanbul.
- Korkmaz, M., Aytaç, A., Yücel, A.S., Kılıç, B., Taker, F. ve Gümüş, S. (2014). Health Tourism In Turkey and Practical Example of Its Economic Dimensions, IIB International Refereed Academic Social Sciences Journal, 5(15), 229-246.

- Kök, M. (2013). Sağlık Turizmi Açısından Termal Turizm (Denizli Örneği), Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Köksal, A. (1994). Türkiye Turizm Coğrafyası, Gazi Büro Kitapevi: Ankara.
- Kördeve, M.K. (2016). Sağlık Turizmine Genel Bir Bakış ve Türkiye'nin Sağlık Turizmindeki Yeri, Uluslararası Sağlık Yönetimi ve Stratejileri Araştırma Dergisi, 2(1), 51-61.
- Kösteben, A. ve Öter, Z.(2015). İzmir İli Sağlık Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi, I. Avrasya Uluslar arası Turizm Kongresi, Konya, C.3, ss. 658.
- Küçük, O. (2010). Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi (4. Baskı). Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Küçük, O. (2010). Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi, Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı, (1983). Turistik Düzenleme, Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları: 49, Ankara.
- Lordkipanidze, M., Brezet, H., and Backman, M. (2005). The entrepreneurship factor in sustainable tourism development. Journal of cleaner Production, 13(8). 787-798.
- Malie, V. (2014). Developing the attractiveness of thermal water based health tourism.
- Okutmuş, E., Uyar, S. ve Gövce, M. (2015). Sağlık Turizminde Devlet Teşviklerinin TMS 20 Kapsamında Muhasebeleştirilmesi, Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 16(2), 63-82.
- Öcal, T. (2011). Niğde'de Planlanan Termal Turizm Kaynaklarına Bir Örnek: Nargöl, Marmara Coğrafya Dergisi, S.24, ss.287-311.
- Özbek, T. (2015). Jeotermal Kaynakların Sağlık ve Termal Turizmde Etkin Kullanımı (Ed: Mustafa Altındış). Termal Turizm, Nobel Yayıncılık, Ankara: 57-78.
- Özdemir, C. (2009). Karacasu'da Turizm Girişimciliği Araştırması, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Erzurum, 13(1), 105-115.
- Özdemir, Ş. (2015). Türkiye'nin Termal Sağlık Turizmi Potansiyeli (Ed: Mustafa Altındış). Termal Turizm, Nobel Yayıncılık, Ankara: 1-12.
- Özkurt, H. (2007). Sağlık Turizmi Tahvilleri, Maliye Dergisi (Ocak- Haziran 2007), 152.
- Öztürk, A.H. (2013). Turizm Gelişiminin Girişimcilik Faktörleri Çerçevesinde Değerlendirilmesi: Beypazarı ve Safranbolu Üzerinde Karşılaştırmalı Bir Çalışma, Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.

- PadillaMelendez, A. and Del AguilaObra , A.R. (2016). HealthTourism: Conceptual Framework andInsightsfromthecase of a Spanish maturedestination. *Tourism andmanagementstudies*, 12(1), 86-96.
- Pınar, İ. (2015). TheSpecificCharacteristics of EntrepreneurshipProcess in TourismIndustry, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 34, 75-86.
- Sandıkçı, M. (2008). Termal Turizm İşletmelerinde Sağlık Beklentileri ve Müşteri Memnuniyeti, *Afyonkocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Afyonkarahisar*.
- Sandıkçı, M. ve Gürpınar, K. (2008). Termal Turizm İşletmelerinde Kür Hizmetlerinin Algılanan Önemi Ege Bölgesinde Bir Araştırma, *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Afyonkarahisar, C.5, S.1, ss.103-121*.
- Sarı, M. (2007). Demokratik Değerlerin Kazanımı Sürecinde Örtük Program: Düşük ve Yüksek ‘Okul Yaşam Kalitesi’ne Sahip İki İlköğretim Okulunda Nitel Bir Çalışma, *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Adana*.
- Sarıışık, M. (1994). Türkiye’de Termal Turizmi ve Sandıklı (Afyon) Bölgesi Örneği, *Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Antalya*.
- Sav, D. (2016). Müşteri Beklentileri ve Memnuniyetinin Stratejik Planlama Açısından Değerlendirilmesi: Afyonkarahisar İlindeki Termal Turizm İşletmeleri Üzerinde Bir Araştırma, *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, İstanbul: 81-83*.
- Saydam, R. (2013). Stratejik Rekabet Üstünlüğü Aracı Olarak Kullanılan Bilgi Teknolojilerinin İşletme Performansı Üzerine Etkileri: Konya Otelleri Üzerine Bir Araştırma, *Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Düzce*.
- Saylan, U. (2011). Girişimcilik Kültürü: Balıkesir’de Turizm Sektörüne Yönelik Bir Araştırma, *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir*.
- Selvi, M.S. (2002). Termal Ürün Pazarlamada Tutundurma Karması Elemanlarının Rolü: Termal Bölgede Devre Mülk Sistemi Uygulayan İşletmeler ile Diğer Termal Otel İşletmeleri Açısından Bir Karşılaştırma, *Dokuz Eylül Üniversitesi İdari ve İktisadi Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17(1), 95-104.
- Sezgin, K. (2014). Girişimcilik ve Gıda Sektöründe Yeni Kurulan Bir Girişimcilik Örneği, *Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul*.
- Soydan, M. (2009). Girişimcilik Üzerine Temel Kavramlar (Ed: Zafer Erdoğan). *Girişimcilik ve KOBİler Teori ve Uygulama (2. Baskı)*. Ekin Yayıncılık, Bursa: 1-33.

- Soylak, M. ve Doğan, M. (1997). Kayseri Civarındaki Şifalı Kaplıca ve İçme Suları, Erciyes Üniversitesi Yayınları No: 104, Kayseri: 3-
- Swan, S. (2007). Spasand Hot Spring of Turkey, Boyut Yayıncılık, İstanbul.
- Şahbaz, R.P., Akdu, U. Ve Akdu, S. (2012). Türkiye’de Medikal Turizm Uygulamaları: İstanbul ve Ankara Örneği, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 15(17), 267-296.
- T.C. Kalkınma Bakanlığı, (2014). Onuncu Kalkınma Planı 2014-2018 Girişimciliğin Geliştirilmesi Özel İhtisas Komisyonu Raporu 2023. T.C. Kalkınma Bakanlığı, Ankara.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Termal Turizm Master Planı, Erişim Tarihi: 21.03.2017. [http:// www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr /TR, 11481 / termal-turizm-master-plani-2007-2023.html](http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr/TR,11481/termal-turizm-master-plani-2007-2023.html).
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Turizmde Altın Dönem Bir Yılın İcraat Raporu (9 Ağustos 2001- 9 Ağustos 2002), Ankara.
- T.C. Sağlık Bakanlığı, (2012). Türkiye’nin Medikal Turizmi Değerlendirme Raporu 2012, T.C. Sağlık Bakanlığı Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü.
- Taktak, F. ve Demir, H. (2010). Termal Otel Geliştirme: Afyonkarahisar Örneği, Harita Teknoloji Elektronik Dergisi, 2(1), 20-35.
- Taşkın, E. (2009). Girişimcilik ve Özgüven (Ed: Zafer Erdoğan). Girişimcilik ve Kobiler Teori Uygulama (2. Baskı). Ekin Yayıncılık, Bursa: 35-58.
- Tavşan, S. (2012). Termal Turizm İşletmelerinde Müşteri Şikayetlerinin Analizi Üzerine Bir Alan Araştırması, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kütahya.
- Tekeoğlu, İ. ve Alpaycı, M. (2015). Romatizmal Hastalıklarda Kaplıca Uygulamaları (Ed: Mustafa Altındış). Termal Turizm, Nobel Yayıncılık, Ankara: 163-176.
- Timur, B. (2015). Termal Turizmde Hizmet Kalitesi Algılanan Destinasyon İmajı ve Tekrar Ziyaret Niyeti Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir.
- Toktaş, H. (2015a). SPA-Wellness Uygulamaları (Ed: Mustafa Altındış). Termal Turizm, Nobel Yayıncılık, Ankara: 157-162.
- Toktaş, H. (2015b). Termal Kaynaklar ve Çevre (Ed: Mustafa Altındış). Termal Turizm, Nobel Yayıncılık, Ankara: 119- 124.
- Tontuş, H.Ö. (2015). Tüm Yönleriyle Sağlık Turizmi, Anıl Matbaa, Ankara: 99.
- Turan, A. (2014). Anadolu’da Tedavi Uygulamaları (Hazırlayan: Mehmet Zafer Kalaycı). Geleneksel Tamamlayıcı ve Alternatif Tıp Uygulamalarına Uluslar arası Bakış Konferansı Bildirisi (7-8 Mart 2014). T.C. Sağlık Bakanlığı Yayın No: 949, Ankara: 15-20.



- Türksoy, A. ve Türksoy, S. S. (2010). Termal Turizmin Geliştirilmesi Kapsamında Çeşme İlçesi Termal Kaynaklarının Değerlendirilmesi, Ege Akademik Bakış, 10(2), 701-726.
- Tütüncü, Ö., Kiremitçi, İ. ve Çalışkan, U. (2011). Sağlık Turizmi, Güvenlik ve Kalite, Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 22(1), 91-93.
- Usta, N. ve Zaman, M. (2015). Kızılcahamam İlçesi Turizminde Termal Kaynakların Önemi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 19(2), 187-208.
- Usta, Ö. (2002). Geleneksel Turizm, Anadolu Matbaacılık, İzmir.
- Uygun, H. (2008). Konya İlinin Termal Turizm Potansiyeli, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Konya.
- Üçpunar, G. (2013). Sağlık Hizmetleri Pazarlaması Sağlık ve Termal Turizm, Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Ünal, A. ve Demirel, G. (2011). Sağlık Turizmi İşletmelerinden Yararlanan Müşterilerin Beklentilerinin Belirlenmesine Yönelik Bolu İlinde Bir Araştırma, Electronic Journal Of Vocational Colleges, 1(1), 106-115.
- Ünleyürü, Y. ve Dinçer, F. (2015). Türkiye’de Geriatri Turizminin Gelişimi ve Geleceği, (Ed: Burhanettin Zengin), VII. Geleneksel Turizm Paneli, Sakarya Üniversitesi Matbaası, Sakarya: 495-517.
- Yarcan, Ş. (1996a). Türkiye’de Turizm ve Uluslararasılaşma, Boğaziçi Yayınları, İstanbul.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2003). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri (3. Baskı). Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2016). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri (10. Baskı). Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Yıldırım, Ö. (2005). Termal Turizm İşletmelerinde Müşteri Sadakati ve Bir Araştırma, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir.
- Yılmaz, Ö. (1986). Kongre Turizmi ve Kongre Organizasyon Tekniği, Türkiye Seyahat Acentaları Birliği Yayını, Ankara.
- Yılmaz, S., Karahan, Ç. ve Vural, S. (2011). Balıkesir İlinin Muhtemel Jeotermal Potansiyeli, (Ed: Şener Ceryan ve Yasemin İnce Güney). Balıkesir Kent Sempozyumu (26-28 Kasım). Bildiriler Kitabı, Balıkesir Belediyesi Yayınları, Balıkesir: 97-106.
- Yozcu, S. (2011). İklim Değişikliğinin Türkiye Termal Turizm Üzerine Etkisi: Bursa İl Merkezine Yönelik Bir Araştırma, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

## İNTERNET KAYNAKLARI

[http:// www.kultur.gov.tr.](http://www.kultur.gov.tr/) / TR, 96269/ turizm- cesitleri. htm/ adresinden 17.02.2017’de alınmıştır.

<http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr/TR,9856/konaklama-istatistikleri.html>.  
23.09.2017’de alınmıştır.

[http://www.sgk.gov.tr/wps//portal/tr/kurumsal/merkez/teskilati/ana\\_hizmet\\_birimleri/955\\_genel\\_mudurlugu/anasayfa\\_duyurular/duyuru\\_24062016\\_00](http://www.sgk.gov.tr/wps//portal/tr/kurumsal/merkez/teskilati/ana_hizmet_birimleri/955_genel_mudurlugu/anasayfa_duyurular/duyuru_24062016_00).

<http://www.balikesirkulturturizm.gov.tr> /TR,90613/saglik-ve-termal-turizm.html.05.04.2017 tarihinde erişildi.

[http://www.gmka.gov.tr/dokumanlar/tayinler/Balikesir\\_Enerji\\_Yatirim\\_Rehberi](http://www.gmka.gov.tr/dokumanlar/tayinler/Balikesir_Enerji_Yatirim_Rehberi).10.05.2017

[http://www.gmka.gov.tr/dokumanlar/tayinler/GMKA\\_Jeotermal\\_Yatirimci\\_Rehberi](http://www.gmka.gov.tr/dokumanlar/tayinler/GMKA_Jeotermal_Yatirimci_Rehberi).  
11.08.2017.

<http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr> /TR, 11481/termal-turizm-master-planı-2007-2023.

<http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr> /TR,11479/turkiyede-saglik-ve-termal-turizm.html. 21.03.2017 tarihinde erişildi.

<http://www.kultur.gov.tr> /TR, 96696/Turkiye-turizm-stratejisi. 06.04.2017 tarihinde erişildi.

<http://www.kultur.gov.tr>. Kültür ve Turizm Bakanlığı.(Erişim Tarihi: 07.03.2017).

<http://www.kultur.gov.tr>. Kültür ve Turizm Bakanlığı.(Erişim Tarihi: 07.03.2017).

<http://www.satirk.gov.tr/images/pdf/tyst/07>. 21.03.2017 tarihinde erişildi. Türkiye’de Termal Sağlık Turizmi.

<http://www.tuik.gov.tr>. (Hane halkı yurtiçi turizm- Dönemi: III. Çeyrek Temmuz-Eylül, 2016, Sayı: 24607).

<http://www.tuik.gov.tr>. (Turizm İstatistikleri, IV. Çeyrek: Ekim- Aralık ve Yıllık, 2016. Sayı:24590).

<http://www.yigm.kulturturizm.gov.tr> /TR, 10392/saglik-ve-termal-turizm. 18.04.2017. tarihinde erişildi.

## **EKLER**

### **EK 1- Anket Formu**

#### **ANKET FORMU**

### **BALIKESİR'DE KI TERMAL TURİZM GİRİŞİMCİLİĞİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ**

**Araştırmanın Konusu:** Termal Turizm Girişimciliği Üzerine Bir Araştırma Balıkesir Örneği

Sayın Girişimci;

Merhaba ben Gamze Çiftçi Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsünde Yüksek Lisans eğitime devam etmekteyim. Bu görüşme yüksek lisans tezimin verilerini oluşturmak için yapılacaktır.

Görüşmenin amacı, Yapılan araştırmalar ve incelemeler sonucunda Balıkesir ve yöreleri Termal potansiyel açısından zengin ve verimli kaynaklara sahip olmasına rağmen bu alana yatırım yapan girişimcilerin yetersiz olmasıdır. Bu araştırmada bu alanda faaliyet gösteren mevcut termal turizm girişimcilerinden termal alanda başlangıç aşamasından hizmet aşamasına kadar olan süreçte nelere dikkat ettikleri, nelerden etkilendikleri, yaşanan zorlukları, bu alanla ilgili önerilerine vb. kriterler dikkate alınarak sorular hazırlanmıştır. Verdiğiniz bilgiler doğrultusunda elde edilen araştırma sonuçları hem bu konuyla ilgilenen yetkililere hem de akademik araştırmacılara katkı sağlayacağını düşünüyorum. Konuyla ilgili görüşlerinizi rahatlıkla ve açık bir şekilde dile getirmeniz, araştırmanın amaçlarına ulaşması açısından büyük önem arz etmektedir.

Görüşme sırasında elde edilen bilgiler yalnızca akademik amaçlar için kullanılacaktır. Bunun yanında araştırmada isminizin yerine bir kod ad kullanılacaktır. Sizce bir sakıncası yoksa görüşmeyi daha sonra belge haline dönüştürmek için kaydetmek istiyorum. Katkılarınızdan dolayı şimdiden çok teşekkür ediyorum.

**Gamze ÇİFTÇİ**

Balıkesir Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü

## GÖRÜŞME SORULARI

1.a. Termal tesis yatırımına nasıl karar verdiniz? Sizi bu alana çeken en önemli neden/ nedenler nelerdir? (Girişimcilik tecrübesi, işin karlı olması, termal tesislere olan rağbet, şehre yakınlık, v.b.)

b. Yatırım kararı alırken hangi araştırmalarınız oldu? (piyasa, pazar ve rekabet araştırması, devlet destekleri, kredi imkanları, yörenin sahip olduğu alt ve üst yapı imkanları, yörede mevcut olan tesisler, sağlık personeli ve diğer eleman temini kolaylığı vb.)

c. Yatırım ve/veya işletme döneminde devlet desteklerinden yararlandınız mı? (KOSGEB, kalkınma ajansı, İŞKUR, yatırım teşviki, ihracat desteği, vb.)

d. Daha önceki yıllarda hangi iş alanı/alanlarında tecrübeleriniz bulunuyor?

2.a. Termal turizm girişimciliğinde yatırım döneminde ve işletme döneminde zorluklar ve bürokratik engellerle karşılaştınız mı? Karşılaştıysanız hangi konularda sıkıntı yaşadınız? Bu sıkıntıları nasıl aştınız?

b. Termal girişimcilerin daha iyi hizmet üretebilmesi için yerel yönetimlerden ve merkezi hükümetle ilgili kuruluşlardan beklentileriniz nelerdir? (Altyapı eksikliklerinin giderilmesi, devlet politikaları, sağlık personelinin eğitimi, teşvikler, KDV indirimi, v.b.)

c. Girişimci olarak “Jeotermal kaynaklar ve doğal mineralli sular Kanunu”nda turizm amaçlı kullanım ile ilgili eksiklik buluyor musunuz?

d. SGK (Sosyal Güvenlik Kurumu’nun) bazı termal tesisleri listeye almasını ve tedavi masraflarını karşılamasını nasıl değerlendiriyorsunuz? Yeterli mi? Önerileriniz nelerdir?

3.a. Termal alanda faaliyet gösteren girişimci olarak bulunduğunuz bölgenin ve Balıkesir’in termal turizmdeki mevcut durumunu nasıl değerlendiriyorsunuz?

b. Yörenin ve genelde Balıkesir’in termal ve sahip olduğu doğal ve kültürel varlıklar ve diğer turistik unsurlar sizce yeterince değerlendiriliyor mu? Bu konuda neler yapılmalı?

4.a. İşletmenizi tanıtır mısınız? Hukuki statü  
(A.Ş).....(Ltd).....Diğer.....

Kuruluş yılı:....., faaliyet süresi:..... yatak sayısı: ..... oda sayısı:  
.....

Fiyatları: Yaz sezonunda en düşük: .....TL en yüksek.....TL

Kış sezonunda en düşük: .....TL en yüksek.....TL

Doluluk Oranlar: Yaz sezonunda en düşük: %..... en yüksek: % ..... Ortalama: % ...

Kış sezonunda en düşük: %..... en yüksek: % ..... Ortalama: % ...

Ortalama geceleme süresi: Yerli: .....gece Yabancı: ..... gece Ortalama: .....gece

Gelir getirici hangi ünitelere ve faaliyetlere sahipsiniz? Ala carterestaurant.....  
Havuz .....Bar ..... Kür Merkezi ..... Çamaşırhane .....  
Toplantılar.....Düğünler.....Diğer.....

b. Oteli ve/veya termal tedavi merkezini siz mi işletiyorsunuz? Bir işletici firma ile çalışıyor musunuz?

5.a. Müşteri profiliniz kimlerden oluşmaktadır? Kim/kimler sizde konaklıyor?

b. Müşteriler size hangi araçlar vasıtasıyla ulaşmaktadır?

Bireysel ....Acenta..... Web üzerinden ..... Birbirine tavsiye ..... Diğer .....

c. Siz müşterilere hangi kanallardan ulaşıyorsunuz?

Web sitesi ..... Tanıtım ..... Gazete, televizyon ve bilbord reklamları .....

Sponsorluklar ..... , Sosyal sorumluluk projeleri...

Yerli ve yabancı fuarlara katılım .....

Kurumlarla indirim anlaşmaları.....

SGK ..... Özel Sigorta Şirketleri ..... Diğer (lütfen belirtiniz)

.....

6.a. Tesisinizde termal sağlık hizmeti olarak hangi hizmetler veriliyor? (Lütfen cevapları "Kaplıca Yönetmeliğine" göre doldurunuz)

Balneoterapi.....Thalassoterapi.... Diğer (lütfen belirtiniz) .....

b. Hangi hastalıklar için tesisiniz daha çok tercih ediliyor? Diz ve eklem hastalıkları  
.... Felç .... Kaza/Travma... ..... Diğer (lütfen belirtiniz)

c. Tedavi için gelenler ortalama kaç geceleme yapıyor? .....gece

d. Dinlenme için gelenler ortalama kaç gece konaklıyorlar? .....gece

e. Tesiste konaklayan müşterilerden sadece dinlenme için gelenlerin oranı (termal tedavi dışında) nedir? %.....

f. Tedavi dışında konaklama için en çok kimler geliyor?

Pazarlamacılar ..... dinlenme amacıyla gelen yerli halk ..... Diğer (lütfen belirtiniz)

7.a. Tesisinize yerli hastalar yanında yabancı hastalar da geliyor mu?

- b. Yurt dışı bağlantılarınız ve bu konuda çalışmalarınız var mı?
- c. Termal tedavi için Balıkesir dahil hangi şehirlerden daha çok geliyorlar?
- d. Acenta ile çalışıyor musunuz?Evet..... Hayır.....
- e. Müşteriler daha çok bireysel olarak mı yoksa turlarla mı geliyorlar?  
Bireysel .....Turlarla.....
- f. İşinizde mevsimsel dalgalanmalar yaşıyor mu? Evet.....Hayır.....
- g. Yüksek sezon döneminiz: ..... ayları - .....ayları arası
- h. Düşük sezon döneminiz: ..... ayları - .....ayları arası
- 8.a. Otelde konaklayan müşterilerin internet ortamındaki değerlendirmelerini dikkate alıyor musunuz?Müşteri memnuniyetini arttırmak için neler yapıyorsunuz?
- b. Diğer tesislere göre müşterilerin sizi tercih etmesi için farklı uygulamalarınız var mı? Nelerdir?
- c. Balıkesir Üniversitesi Araştırma ve Uygulama Hastanesi ile işbirliğiniz var mı?
- d. Termal tedavi hizmetlerinde çalışacak sağlık personeli (doktor, hemşire, fizyoterapist, v.b.) ve diğer personel temini konusunda sıkıntı yaşıyor musunuz?
- e. Sıcak su temini ile ilgili sorunlar yaşıyor musunuz?
- f. İşinizle ilgili başka sorunlar yaşıyor musunuz? Bu sorunları aşmak için neler yapıyorsunuz?
- 9.a. İşinizden ve kazancınızdan memnun musunuz?  
Tese yaptıığınız harcamalara göre elde edilen kazanç yeterli mi?  
Bu yatırımın kendini amorti süresi (geri ödeme süresi) ortalama kaç yıldır?
- b. İlk kuruluştan bu tarihe kadar işletmeniz büyüdü mü? Nasıl bir gelişme oldu?
- c. Bu işiniz dışında başka işleriniz var mı? Kaç yıldır iş hayatının (termal/diğer işler) içindesiniz?
- d. Markalaşma konusunu nasıl değerlendiriyorsunuz? Bu alanda çalışmalarınız var mı?
- 10.a. Çevre yönetimi ile ilgili çalışmalarınız var mı? (yeşil yıldız, vb.)
- b. Uluslararası pazara ulaşabilmek amacıyla akreditasyon çalışmalarınız var mı? ESPA (Avrupa Kaplıcalar Birliği)
- 11.a. Sağlık ve/veya termal kuruluşların işbirliğini sağlayan bir dernek veya vakfa üyeliğiniz var mı? (THTC (Türkiye Sağlık Turizmi Konseyi) veya diğer dernekler/vakıflar) Varsa o dernek/ kurumlar termal turizmle ilgili ne gibi çalışmalar yapıyor?

12.a.Balıkesir genelinde; termal, medikal ve ileri yaş sağlık turizminin geleceğini nasıl görüyorsunuz?

Termal.....Medikal.....İleri yaş.....

b. Bu alana yatırım yapmak isteyen yeni girişimcilere tavsiyeleriniz nelerdir?











