



Journal of Tourism and Gastronomy Studies

Journal homepage: www.jotags.org



Bingöl'de Termal Amaçlı Hizmet Veren İşletmelerin Rekreatif ve Turistik Açıdan Değerlendirilmesi (Evaluation of the Firms Providing Thermal Service in Bingöl in Terms of Tourism and Recreativeness)

*Üzeyir KEMENT^a, Burcu BATGA^a

^a Bingöl University, Vocational School of Social Sciences, Bingöl/Turkey

^a Bingöl University, Vocational School of Social Sciences, Bingöl/Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim

Tarihi:23.06.2016

Kabul Tarihi:20.11.2016

Anahtar Kelimeler

Bingöl

Termal turizm

Turistik rekreasyon

Keywords

Bingöl

Thermal tourism

Touristic recreation

Öz

Çalışmanın amacı Bingöl ilinde yer alan, termal amaçlı hizmet veren işletmelerin turistik ve rekreatif açıdan değerlendirilmesi amacıyla yapılmış pazarlama ve planlama faaliyetlerinin incelenmesi ve gelecek yıllar için ilgili kaynakların etkin bir biçimde kullanılmasına ilişkin önerilerin oluşturulmasıdır. Araştırmanın kapsamında Bingöl merkez ve ilçelerinde bulunan bütün termal amaçlı kullanılan işletmeler incelenmiştir. Ayrıca çalışma Bingöl ilinin termal turizminin geliştirilmesine yönelik bulgular içermesi bakımından önem arz etmektedir. Zira ilgili destinasyonun sahip olduğu termal kaynakları ile markalaşması olasıdır. Nitel olarak tasarlanan çalışmada uzmanlardan yardım alınarak oluşturulmuş görüşme sorularından ve gözlem teknikleriyle toplanan verilerden faydalanılmaktadır. Bu kapsamda oluşturulan yapılandırılmış görüşme soruları ilgili termal işletme yöneticilerine sorulmuştur ve elde edilen veriler betimsel analiz yöntemiyle incelenip yorumlanmıştır. Şehrin termal odaklı pazarlanmasında yerel yönetimler, işletmeciler ve turizm alanında faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşlarının birlikte oluşturacağı ortak bir pazarlama ve tanıtım çalışması yapmaları önerilmiştir.

Abstract

The aim of this study is to examine marketing and planning activities of firms that are active in thermal serving at the province of Bingöl in terms of tourism and recreativeness and also to provide some proposals related to the usage of resources effectively for the coming years. The examination of all thermal firms located both in the province of Bingöl and its towns constitutes the scope of this study. Furthermore the study is significant in terms of including the findings for the development of thermal tourism in Bingöl. As the branding of the province is possible when considering its thermal sources. The study is a qualitative study and the data collected from the questions formed by taking the help of experts and observation techniques. In this context, we asked the structured interview questions to the administrators of thermal firms and also it was examined and interpreted the obtained data by means of descriptive analysis. Finally, in context of Bingöl's promotion as a thermal destination, local authorities, business operators and nongovernmental tourism organizations are suggested to implement mutual marketing and promotion strategies.

* Sorumlu Yazar.

E-posta: ukement@bingol.edu.tr (Ü. KEMENT)

GİRİŞ

Suyun tedavi edici gücünün ve özellikle termal suların sağlık ve rekreatif amaçlı olarak insanın kendisini yenilemesi ve eğlence amacıyla kullanılması Dünya’da ve Avrupa’da oldukça önem kazanmaya başlamıştır (Kültür ve Turizm, 2016). Hamam, kaplıca, Spa & wellness özellikleri ile bir çekim unsuru olan kentler sahip oldukları termal su kaynaklarıyla birlikte bölgedeki diğer unsurların da pazarlanmasını kolaylaştırır (Temizkan, Ekici ve Demirci, 2015, s. 534). Özellikle Türkiye’nin çeşitli mineralleri içeren termal sular bakımından zengin olması ve Türkiye’yi de içine alan tüm dünya ülkelerinde sağlık giderlerinin çok yüksek olması insanları termal sulardan şifa bulma faaliyetine yönlendirmiştir. Ayrıca günümüzde yoğun stresin hâkim olduğu gerek iş dünyası gerekse metropollerin yarattığı karmaşadan, yoğunluktan ve stresten uzaklaşabilmek ve daha dingin bir hayatı sürdürebilmek amacıyla da termal suların kullanımı yaygınlaşmıştır.

Çeşitli turizm türleri içerisinde termal turizmin ülke ekonomisine, beden ve ruh sağlığına sağladığı katkılar araştırmacıları bu alana yöneltmiştir. Termal turizmin potansiyelini ortaya çıkarabilmek, sorunlarını saptamak ve bu sorunlara alternatif çözüm önerilerinin sunulması, termal turizmin gelişiminin hızlandırılması amacıyla yapılan araştırmalar literatürde yer almaktadır (Ertuğrul 1997, Öztürk ve Yazıcıoğlu, 2002, İbret, 2007, Çetin, 2011, Çiçek ve Avderen, 2013, Temizkan vd., 2015).

Termal Turizm kapsamında değerlendirildiğine Bingöl ili, şehir merkezine yakınlığıyla ve termal amaçla hizmet veren işletmeler aracılığıyla bölge açısından önemli bir potansiyele sahiptir. Ayrıca bölgede termal turizmin potansiyelini ortaya çıkaracak ve bölgenin termal turizm açısından gelişimini sağlayacak çalışmaların eksikliği bu araştırmanın önemini ortaya çıkarmaktadır.

KURAMSAL ÇERÇEVE

Termal Turizm

Yerin altından sıcaklığı 20°C ve üzerinde çıkan, çeşitli gazları, mineralleri, tuzları ve radyoaktif maddeleri içeren termal sular bilhassa Romalılar döneminden bu yana, kaynağın bulunduğu yere tesisler yapılarak kullanılmaya başlanmıştır (Gürbüz ve Korkmaz, 2001, s. 87-88). Jeotermal kaynaklar buldukları bölgenin jeolojik yapısına bağlı olarak farklı özelliklere sahip mineraller içerdiğinden jeotermal kaynaklardan sağlık alanında sıkça yararlanır. Bu amaçla kapalı tesisler yapılarak jeotermal kaynakların kullanıldığı yapılar kaplıca olarak adlandırılır (Çomak ve Güncegörü, 2012, s. 56).

Günümüz turizm dünyasında deniz, kum, güneş gibi klasik turizm anlayışının dışında insanların tatillerini doğa ile baş başa geçirme eğilimleri giderek artmaktadır. Türkiye’nin doğal bitki örtüsü, yabani hayvan varlığı, akarsu, gölleri ve jeolojik yapısı açısından zenginliği alternatif turizmin kapısını açmaktadır (Akova, 2000, s. 71). İnsanları alternatif turizm arayışına yönelten önemli sebeplerden biri de kaybolan sağlığı tekrar kazanmak amacı olduğu gibi sağlığı uzun süre koruma isteği de yatmaktadır (Öztürk ve Yazıcıoğlu, 2002, s. 183). Bu nedenle sağlık amacıyla gerçekleştirilen alternatif turistik faaliyetler termal turizmin önemini arttırmaktadır.

Sağlık turizmi, hastalıkların tedavisi ve sağlığın korunması amacıyla ikamet edilen yerden başka bir yere seyahat edilerek en az 24 saat kalınması, (Sağlık Bakanlığı, 2013), doğal kaynaklardan oluşan turistik bir tesise giderek kür uygulaması, konaklama, beslenme, dinlenme ve eğlence gibi sağlık ve turizm olanaklarından yararlanılmasıdır (Çetin, 2011, s. 879).

Termal turizm faaliyetleri sağlık turizmi bünyesinde olan ve diğer turistik faaliyetlerden farklı olarak bireylerin sağlığını konu edinen bir alan olarak ifade edilebilir. Ayrıca bu faaliyetlerin temelinde hem sağlıklı yaşama ulaşma amacı hem de boş zamanlarda bireyin fiziksel ve zihinsel açıdan yenilenmesini sağlayan bir takım etkinliklerde bulunmasının yattığı ifade edilebilir. Buradan hareketle, Gülmez (2012, s. 24)'e göre termal turizm konaklama işletmelerinin termal kaynakların bulunduğu bölgelerde kullanıma açılması ve bu sayede turistik tüketicilerin sağlık yönünden ihtiyaçlarının giderilmesi veya rekreatif amaçla yine misafirlerin kullanımına sunulması olarak açıklanması mümkündür.

Türkiye'de doğal imkânların turizmde değerlendirilmesi amacıyla termal kaynakların ayrı bir önemi bulunmaktadır. İnsanların sürekli yaşadıkları mekânlar dışında sağlık nedenleriyle yaptıkları seyahatlerinin oluşturduğu bu turizm şeklini diğer alternatif turizm olanaklarından ayıran en önemli farklılığı bu turizm şekline katılanların uzun süreli konaklamalarıdır (Akova, 2000, s. 78). Kaplıca tedavilerinde en az 24 saat kalınması zorunluluğu, özellikle kaplıcaya tedavi amaçlı gelenlerin konaklamasına neden olmakta ve bu durum rekreatif açıdan pazarlama ve planlama faaliyetlerine katkı sağlamaktadır (Akbulut, 2010, s. 49).

Sağlık turizminin bir kolu olan kaplıca turizmi maden sularından yararlanma ile birlikte dinlenme, eğlenmeyi de kapsayan bir turizm şeklidir (Güzel vd., 2013, s. 514). Termal suları, yıkanma amaçlı kullanımı dışında "insan sağlığı, eğlence ve rekreasyon" amaçlı kullanılmaktadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2012, s. 15)

Dünyada sağlık turizmi son 10 yılda hızla gelişmiş olup, sadece tıp turizmi için seyahat edenlerin sayısı 10 milyonu aşmış ve yıllık 100 milyar dolarlık bir ciroya ulaşmıştır. Ayrıca termal turizm, medikal SPA, yaşlı ve engelli turizmde seyahat edenlerin sayısı çok daha üst sıralardadır. Türkiye'de sağlık hizmeti alan yabancı hastaların sayı 2011 yılında 156.176 iken bu sayı 2012 yılında 262.000 kişiye ulaşmıştır. 2011 yılı verilerine göre sağlık turisti sayısının ülkelere göre dağılımına baktığımızda en çok turist 5787 sayıda Almanya'dan gelmektedir. Bu ülkeyi sırasıyla 5277 kişiyle Bulgaristan, 4106 kişiyle Azerbaycan ve 4042 kişiyle Irak izlemektedir. Özellikle komşu ülkelere gelen yabancı ziyaretçilerin sayısı sağlık turizminin ülkemiz ekonomisi açısından çok önemli bir rol oynadığını göstermektedir (Sağlık Bakanlığı, 2013).

Turistik Rekreasyon

İnsanların çalışma hayatlarının getirmiş olduğu yoğun stres, şehir ortamlarının sahip olduğu gürültü ve kalabalık ortamlar gibi bir takım nedenler bireyleri sahip oldukları boş zamanlarını en iyi şekilde değerlendirmeye veya kendilerini yenileyebilecek nitelikte faaliyetlere yöneltmiştir. Çalışma dışı ve fiziksel ihtiyaçların dışında kalan bir zaman dilimi şeklinde ifade edilen boş zaman kavramı günümüzde insanlar için oldukça önem taşıyan bir zaman dilimi haline gelmiştir. Bu zaman diliminde gerçekleştirilen aktiviteler olarak bilinen rekreatif faaliyetler temelinde hür irade güden ve insanların kendilerini yenilemelerini amaç edinen bir özellik taşımaktadır.

Rekreasyon kavramı Parker (1979, s. 20)'a göre, etkinliklere katılanlara mutluluk, tatmin, ruhsal denge, karakter, rekabet etme gücü, ruhsal dinginlik, özgürlük, fiziksel ve sosyal aktivite ve entelektüel bakış açısı kazandıran etkinlikler anlamına gelmektedir. Bayer (1974, s. 49) ise rekreasyon kavramını, bireylerin yaşamsal fonksiyonlarını canlı tutmak amacıyla onları dinlendiren, eğlendiren, neşe veren ve çeşitli uğraşlardan haz almalarını sağlayan eylemleri yapmak veya bu etkinliklere katılarak fiziksel ve zihinsel canlanmaları şeklinde tanımlamaktadır.

Tanımlardan da anlaşılacağı üzere rekreatif etkinlikler temelinde özgür bir seçim barındırmaktadır. Diğer bir ifade ile rekreasyondan bahsedebilmek için bireylerin rekreatif etkinliklere katılırken kendi istekleri doğrultusunda karar vermeleri gerekmektedir. Sağlık turizmi ile sağlık açısından gerçekleştirilen rekreatif etkinliklerin ayırımında da rekreasyon tanımında dikkatleri üzerine çeken hür irade kavramı önem arz etmektedir. Zira bir bireyin doktor kontrolünde termal otele gitmesi bir termal turizm faaliyeti olarak nitelendirilebilirken, rekreatif etkinlik olarak nitelendirilmesi mümkün değildir. Termal otellere yapılan ziyaretlerin rekreatif etkinlik olarak görülebilmesi için hür irade taşıması diğer bir deyişle bireyin herhangi bir zorunluluktan ötürü değil tamamıyla eğlenme, dinlenme, sağlıklı yaşama vb. şekillerde insan yaşamını etkileyen ciddi sorunlar gütmeyen amaçlarla ziyareti yapması gerekmektedir. Turistik rekreasyon olarak nitelendirilmesi mümkün olan termal otel ziyaretleri turizm ile rekreasyon kavramlarının da ortak noktalarını göstermektedir.

Günümüzde termal turizm faaliyetlerinin giderek önem kazanması, çalışmaların yoğun olarak termal turizm kaynaklarına yönelmesini sağlarken aynı zamanda rekreasyon faaliyetlerinin genişletilmesi de iki kavramın aynı noktada buluşmasına olanak tanımıştır. Birçok insanın termal kaynakları kullandığı göz önüne alınırsa insanların rekreatif amaçla da yapmış oldukları bir etkinlik olması muhtemel görünmektedir. Kaynakların geliştirilmesi için yapılacak olan plan ve politikalarda sadece turistik açıdan değil rekreatif açıdan da ifadelerin oluşturulması alanın hizmet perspektifinde genişlik oluştururken, termal kaynakların da çok yönlü kullanılmasına imkân tanımaktadır.

Bingöl İli Termal Turizmi

Bingöl ili Ilıcalar beldesinde iki adet kaplıca tesisi bulunmaktadır. Bu tesislerden biri kamu tarafından diğeri ise özel sektör tarafından Binkap adı ile işletilmektedir. Kamu kurumu tarafından işletilen tesiste fizik tedavi ve rehabilitasyon merkezi ve amacıyla oluşturulmuş fiziksel yapılar, uygulama oteli, bay ve bayan kapalı havuzları yer almaktadır. Binkap Kaplıcalarında 250 kişi kapasiteli, bir otel, bir apart otel, iki kapalı havuz (bay-bayan) ile restoran ile hizmet vermektedir (Ilıcalar Belediyesi, 2016). Bununla birlikte; Kiğı, Yayladere ve Karlıova ilçelerinde de termal kaynaklar bulunmaktadır. Ancak bu ilçelerde kaplıca tesisleri yoktur. Bu kaynaklar üzerinde gerekli etüt çalışmaları yapılarak kaplıca tesislerinin kurulması, ilin kalkınmasına katkı sağlayacaktır (Fırat Kalkınma Ajansı, 2011, s. 7).

Çeşitli hastalıklara şifa olan Bingöl ilinde Ilıcalar beldesinde yer alan kaplıcalar, çevre illerden önemli ölçüde rağbet görmektedir. Kaplıca havuz suyundan 1981'de alınan numuneler; Ankara Refik Saydam Merkez Hıfzıssıhha Enstitüsü Kimyevi Tahlil Şubesinde yapılan tahlil sonuçları ve Ankara Numune Hastanesi Fizyoterapi ve Hidroterapi Kliniği Şefliğince yapılan tetkik raporu sonucunda su; bikarbonatlı, karbondioksitli ve karbon gazoz

sular grubundan olduğu anlaşılmıştır (Fırat Kalkınma Ajansı, 2011, s. 6). Var olan termal kaynaklar günümüzde daha yoğun anlamda kullanılması için bir takım çalışmalar ilgili kamu kurumlarınca ayrıca yürütülmektedir. Bu çalışmada da sahip olunan termal kaynaklarla bölgeye ekonomik yönden katkı sağlanması ve bu kaynakların uygun bir biçimde kullanılması bakımından incelemeler yapılmaktadır.

YÖNTEM

Nitel araştırma bir olguyu ilgili bireylerin bakış açılarından görebilmeye ve bu bakış açılarını oluşturan sosyal yapıyı ve süreçleri ortaya koymaya olanak vermektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2011). Çalışmada nitel veri toplama yöntemi olarak görüşme ve katılımcı gözlem tekniği kullanılmıştır. Termal su kaynaklarına sahip olan Bingöl ilinde termal amaçlı hizmet veren işletmelerin mevcut durumlarını ortaya koymak, ilgili işletmelerin pazarlama ve tanıtım amaçlı faaliyetlerinin neler olduğunu ve gelecekleri için etkilerini belirlemek ve destinasyonun termal turizm açısından ilerleyen yıllarda markalaşma durumunun incelenmesi amaçlı yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır.

Görüşme tekniğinde araştırmacı önceden sormayı planladığı soruları içeren görüşme protokolü hazırlamaktadır. Bununla birlikte araştırmacı görüşmenin akışına bağlı olarak değişik sorularla görüşmenin akışını etkileyebilir ve kişinin yanıtlarını detaylandırmasını sağlayabilir. Eğer kişi görüşme esnasında belli soruların yanıtlarını başka soruların içerisinde yanıtlamış ise araştırmacı bu soruları sormayabilir (Türnüklü, 2000, s. 547).

Araştırmada ayrıca Bingöl İlçalar Beldesi'nde yer alan termal işletmelerin Uluslararası Spa Birliği'nin (ISPA) kriterlerine uygun olup olmadıklarını belirlemek için katılımcı gözlem tekniği kullanılmıştır. Gözlem, araştırmacının uygun bulunduğu her türlü sosyal veya kurumsal ortamda bir veri toplama aracı olarak kullanılabilir (Yıldırım ve Şimşek, 2011, s. 169). Araştırmada, yarı-yapılandırılmış görüşme ve katılımcı gözlem tekniği birlikte kullanılmasıyla hem farklı teknikler yardımıyla araştırma sonuçlarının değerlendirilmesi hem de elde edilen verilerin geçerliliğinin artırılması amaçlanmaktadır.

Araştırma evrenini Bingöl iline bağlı olan İlçalar Beldesi'nde yer alan iki adet işletme oluşturmaktadır. İlgili termal işletmeler bay ve bayanlara hizmet vermekte olup, yaz ve kış dönemleri de dâhil tüm yıl boyunca açık olan işletmelerdir. Ayrıca işletmelerinden biri özel diğeri kamu kurumuna ait bir yönetim sistemine sahiptir. Araştırma kapsamında değerlendirilemeyen yine Bingöl iline ait iki adet termal kaynak alanı tespit edilmiştir. İlgili termal kaynakların araştırma dâhilinde değerlendirilememesinin nedeni yeni keşfedilmiş ve henüz ticari yönden kullanılacak bir oluşumun gerçekleştirilmemiş olmasıdır. İşletmecilerin bilgileri dâhilinde araştırmacılar termal işletmelere müşteri olarak giriş yapmış ve katılımcı gözlem tekniği aracılığıyla veri toplamıştır. Bay ve bayan yerlerinin ayrı olması durumundan ötürü araştırmacılar ikiye bölünerek gözlemlerini yapmış ve sonrasında bir araya gelerek veriler bir arada toplanmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme tekniği yardımıyla elde edilmesi planlanan veriler yine işletme yöneticilerinin bilgi dâhilinde kayıt altına alınmış ve elde edilen veriler araştırmacılar tarafından raporlanmıştır. Araştırmaya katılan her bir termal işletme ile yapılan görüşmeler ortalama 40 dakika sürmüştür. Görüşme sırasında katılımcıların konuya ilişkin görüşlerini ifade etmelerine olanak tanınmıştır.

İşletmecilere yöneltilen sorular termal işletmelerin pazarlama çalışmaları, fiziksel özellikleri ve mevcut müşterilerin özellikleri ile ilgili sorulardır. Veriler betimsel olarak analiz edilmiştir. Bu analiz yönteminde sık sık katılımcıların görüşlerinden doğrudan alıntılara yer verilmektedir. Böylece elde edilen sonuçların neden-sonuç ilişkileri çerçevesinde yorumlanması sağlanmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2011, s. 224).

BULGULAR

Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Araştırma kapsamında Bingöl ilinde yer alan bütün termal kaynağa sahip işletmelere ulaşılması hedeflenmiştir. Bu kapsamda yapılan araştırma neticesinde Bingöl ilinde toplam iki adet termal işletme olduğu belirlenmiştir. Ayrıca ilde bir kaynağın daha yeni gün yüzüne çıkartıldığı ancak bu kaynağın henüz kullanıma açılmadığı bilinmektedir. Dolayısıyla çalışmada oluşturulan mülakat soruları iki işletmenin yöneticilerine yönlendirilmiştir. Analiz sürecinde araştırmaya katılan hamam işletmecileri K1 ve K2 şeklinde kodlanmıştır. Araştırmaya katılan termal işletmelerin yöneticilerinin demografik özellikleri Tablo 1’de verilmektedir.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Katılımcı	Cinsiyet	Yaş	Eğitim durumu
K1	Erkek	62	Lisans
K2	Erkek	45	Lisans

Katılımcıların demografik özellikleri incelendiğinde her ikisinin de erkek olduğu ve yaşlarının 62 ve 65 olduğu görülmektedir. Bu bağlamda katılımcıların orta ve ileri yaş grubunda olduğu söylenebilir. Eğitim durumlarına bakıldığında katılımcıların her ikisini de lisans düzeyinde eğitime sahiptir. Ancak eğitim aldıkları bölümlere bakıldığında her ikisinin de turizm alanına yönelik herhangi bir eğitim almadıkları farklı alanlarda eğitimlerini tamamladıkları yapılan görüşmeler sonucu tespit edilmiştir.

Termal İşletmelerinin Tanıtım ve Pazarlama Çalışmaları ve Mevcut Durumlarına Yönelik Bulgular

Termal işletme yöneticilerine işletmeleri için herhangi bir tanıtım ve pazarlama çalışması yapıp yapmadıkları sorulmuştur. K1 termal işletme yöneticisi, işletmelerinin çeşitli tatil siteleri aracılığı ile online rezervasyona sahip olduğunu ve sahip oldukları işletmeye yönelik yerel gazeteler ve radyolar aracılığı ile reklam yapıldığını ifade etmiştir. K1, bu reklam ve internet üzerinden rezervasyon imkânları ile ilde bulunan misafirler dışında çevre illerden de misafirlerin işletmelerini tercih etmelerini amaçladıklarını söylemiştir. Ancak herhangi bir seyahat acentesi ile çalışmadıklarını ve ulusal çapta bir TV, gazete ve radyo gibi iletişim araçlarıyla reklam yapmadıklarını dile getirmiştir. K1, işletmelerine gelen misafirlerle ilgili net bir sayıyı verememesine karşın işletmelerinin yaz aylarında (mayıs-haziran-temmuz-ağustos) dolu olduğunu ancak diğer zaman dilimlerinde yaklaşık %20-30 civarında doluluk gösterdiğini ifade etmiştir. İşletmenin oda sayısı (61) ve yatak kapasitesi (183) göz önüne alındığında yaz aylarında gelen misafir sayısının aylık olarak 183 olduğu ifade edilebilir. Bingöl İl Kültür ve

Turizm Müdürlüğü'nden (Bingöl Kültür ve Turizm, 2016) elde edilen bilgiye göre Bingöl ilinde temmuz ayı içerisinde 3611 misafirin konakladığı tespit edilmiştir. Buradan hareketle gelen misafirlerin yaklaşık %5'inin bu işletmeye geldiği düşünülebilir. Ayrıca yaz ayları dışında işletmelerine şehir dışından misafirlerin gelmediğini yaz aylarında geldiklerini ifade etmiştir. Yaz aylarında şehir dışından gelen misafir sayısına ilişkin nicel bir veri çalışma kapsamında elde edilememiştir. Ancak katılımcıdan elde edilen bilgi; işletmeye gelenlerin yaklaşık %30'unun şehir dışından geldiği şeklindedir. Buradan hareketle gelen misafirlerin aylık olarak yaklaşık 50-60'ı şehir dışından gelmektedir. Ayrıca konuya ilişkin Bingöl İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü ve Bingöl Valiliği ile görüşülmüş ancak termal işletmelerde gelip konaklayanlara ilişkin bir veri bulunamamıştır. K1, reklam çalışmaları yapmadıklarını, bunun gerekçesi olarak da yerel halk tarafından bilindiklerini söylemiştir. Katılımcının görüşlerinden yola çıkıldığında işletmenin kulaktan kulağa reklamının yapıldığı ifade edilebilir. Ayrıca yöneticinin alanında uzman olmadığı ve işletmenin planlama çalışmalarının daha geniş yelpazede hizmet verme anlayışına yönelik olmadığı saptanmıştır.

İlgili işletmede termal amaçlı verilen hizmetler sadece havuz ile sınırlı olmayıp, işletmenin ek kuruluşları olan otel ve apart otel kısımlarında da misafirlere sunumu mevcuttur. Apart otel kısmında konaklayan misafirler için küçük kavuzlar oluşturulmuş olup misafirlerin bu imkânlardan konaklamaları dâhilinde yararlanmaları mümkün kılınmıştır. Ayrıca otel kısmında misafirlerin kullanmış oldukları duş bölümünde termal amaçlı kullanılan kaynakların hizmete sunulduğu yapılan gözlemler sonucu elde edilen bilgilerden biridir. Apart otel kısmında gelen misafirler için aile tipi odalar oluşturulmuş olup bütün aile bireylerinin bu imkânlardan yararlanmasına olanak sunulduğu görülmektedir.

K1 tarafından yönetilen termal işletme özel bir kuruluştur. İşletmenin sahip olduğu otel ve apart otel kısımları bungalov tipi bir yapı şeklinde oluşturulmuştur ve doğa ile iç içe olacak bir sistem geliştirilmiştir. Diğer bir ifade ile otele gelen misafirlerin termal kaynaklardan faydalanmanın yanında doğada yürüyüş yapabilecekleri bir alan da oluşturulmuştur. Otelin bulunduğu konumun mikro havza olması ve bir akarsuyun yanında olmasını işletme yöneticileri değerlendirmişler; alana kamelya, yürüyüş parkuru vb. kısımlar yapmışlardır. Dolayısıyla işletme tüketicilerin sadece termal suların faydalanmasını değil bunun yanında otelin bulunduğu yerdeki doğal ortamlardan da faydalanması için imkânlar oluşturmuştur.

K1 tarafından yönetilen termal işletmenin termal havuz yanında, sauna, çamur banyosu, masaj salonları, termal havuza giren misafirlerin dışarı çıkmadan önce serinlemelerine yönelik ılık su ile oluşturulmuş ayrı bir havuz, soyunma odası, kafeterya gibi fiziksel özelliklerin olduğu hem yapılan görüşmeler sonucu hem de gözlemler sonucu tespit edilmiştir. İşletme yöneticisi K1, misafirlerin istek ve ihtiyaçlarının karşılanmasını temele alarak faaliyetlerini gerçekleştirmeyi amaç edindiklerini ifade etmektedir. Bu amaçla yiyecek ve içecek için kafeterya kısmının da oluşturulduğu işletme yöneticisi tarafından söylenmektedir. K1'e işletmenin gelecek dönemlerde mevcut durumları geliştirmeye yönelik yapmayı planladığı ek çalışmaların olup olmadığı sorulmuştur. Elde edilen verilere göre işletmenin gelecek yıllar için çamur banyosu kısmının ikiye çıkartması hedeflerinin arasındadır. İşletme ayrıca zincir bir işletme olarak Bingöl merkeze termal amaç taşımayan şehir oteli özelliğini taşıyan dört yıldızlı bir otel kurmuştur. Ancak şehir merkezinde yer alan bu konaklama işletmesinde kalan misafirlerini termal otellerine

taşımak için servis koymayı planladıklarını söylemiştir. Böylelikle şehir merkezinde yer alan otelde konaklayacak olan misafirlerin de termal işletmelerinden faydalanmasını sağlamayı hedeflemektedirler.

K2 termal işletme yöneticisi, pazarlama ve tanıtım çalışmalarının yapılıp yapılmadığına dair soruya işletmenin eski dönemlerden beri var olduğunu ve Bingöl halkı ve çevre iller tarafından bilindiği şeklinde bir yanıt vererek ayrıca işletmenin farklı kişi ve kurumlar tarafından yönetildiğini eklemiştir. İşletme 1957'de yılında işletme hizmete açılmış olup 1974 yılında İl Özel İdaresi'ne devredilmiştir. 2012 yılında ise Bingöl Üniversitesi tarafından devralınıp yeniden düzenlenerek 2014 yılında faaliyete geçmiştir. K2, diğer bir ifade ile işletmenin ilk olarak geçmiş yıllarda bölgede var olan mahalle sakinleri tarafından çalıştırıldığını ve bunun için muhtarların çeşitli faaliyetlerinin olduğunu sonrasında Bingöl İl Özel İdaresi tarafından alındığını ve il özel idaresi tarafından özel bir iş adamına kiralandığını ifade etmektedir. K2, ayrıca işletmenin özel sektör elinde bir süre kaldıktan sonra yine il özel idaresi tarafından bir kamu kurumuna bir süreliğine kiralandığını söylemektedir. Kamu kurumu tarafından yeniden yapılandırılmasına yönelik bir projenin yapıldığı ve bu kapsamda oluşturulan yeni termal işletmenin hem işletilmesine başlandığı hem de geliştirilmesine yönelik ilgili projenin devam ettiği K2 tarafından ifade edilmektedir.

K2 termal işletme yöneticisi proje ile başlayan yeni termal tesis oluşumunun herhangi bir reklam çalışması dâhilinde değerlendirilmediğini ifade etmektedir. İşletmenin sadece açılış döneminde bir reklamın yapıldığını ve bunun dışından bir pazarlama faaliyetinin gerçekleştirilmediğini açıklamaktadır. K2 ile yapılan görüşme sonucunda ilgili termal işletmesinin bir seyahat acentesi ile anlaşma yapmadığı ve gelen misafirlerin rezervasyon yapabilmelerine olanak tanıyan online rezervasyon sisteminin kullanılmadığı belirlenmiştir. İlgili işletmeye yönelik iletişim bilgileri ve görseller termal tesisleri bünyesinde barından ilgili kamu kuruluşunun resmi sitesinde yer aldığı görülmüştür. K2 termal işletmenin reklam faaliyetlerinin yapılmamasında temel neden olarak yerel halk ve bölge iller tarafından biliniyor olmasını ifade etmiştir. Katılımcının söylemlerinden yola çıkıldığında işletme ile ilgili sadece kulaktan kulağa reklamın gerçekleştiği ifade edilebilir. Bunun dışında bir reklam faaliyetinin olmamasının nedenleri; işletme yöneticisinin alan uzmanı olmaması ve kamu kurumuna ait oluşu söylenebilir. Kamu kurumlarında bürokrasi ile bazı işlemlerin gerçekleştirilmesi özel sektördeki gibi nitelikli ve geliştirilmiş hizmet anlayışına hızlı ulaşımda bir engel teşkil edebilir. K2 de bu düşüncüyü destekler nitelikte bir söylemde bulunmuştur. K2 *"İşletme ile ilgili bir karara ihtiyaç duyulduğunda veya alınması gereken ivedi bir kararda bile üst yönetime resmi yollardan bildirilmesi gerekmektedir. Durum böyle olunca bizler tüketici şikâyetlerine hızlı cevap vermekte güçlük çekmekteyiz"* demiştir.

İşletmenin mevcut fiziksel özelliklerine bakıldığında iki adet termal havuzu, saunası, hamamı, iki adet VIP havuzu ve hamam alanları, termal havuzlardan yararlandıktan sonra misafirlerin kullanabilecekleri yiyecek içecek odası ve gelen misafirlerin ayrıca konaklayabilecekleri otel odalarının bulunduğu hem yapılan görüşme hem de gözlemler sonucu tespit edilmiştir. Termal işletmenin hem bayanlar hem de erkekler için ayrı bölümlerinin olduğu görülmektedir. K2'ye işletmenin gelecek dönemlerde mevcut durumları geliştirmeye yönelik yapmayı planladığı ek çalışmaların olup olmadığı sorulmuştur. Elde edilen verilere göre işletmenin çevre planlamasının yapıldığı, yiyecek içecek bölümünün oluşturulması hedeflendiği ve apart otel tipi binaların yapılması planlanmaktadır. İşletmeye

gelen misafirlerin istek ve ihtiyaçları doğrultusunda bu çalışmaların gerekliliğine karar verildiği K2 tarafından söylenmektedir. Ancak tüketici istek ve şikâyet kutularının olmaması ve konuya ilişkin talep ve şikâyetlerin bulunduğu bir yazılı metnin olmayışı bu düşüncenin sadece katılımcıya ait olduğunu göstermektedir.

Bingöl ilinin var olan termal kaynaklarını değerlendirmesi kapsamında iki adet termal işletmesi vardır. Ancak işletmeler sahip oldukları turistik ürünlerin pazarlanması noktasında herhangi bir faaliyette bulunmadıkları söylenebilir. Zira işletme yöneticilerinden alınan bilgilere bakıldığında; sahip olunan termal kaynakların tanıtımının yapılmadığı, ürünlerini farklılaştırarak rekabet avantajı yaratmak gibi bir amaca sahip olunmadığı, iki işletmenin de doğal kaynakların var olduğu bir bölgede olmasına rağmen doğal alanların daha etkin şekillerde kullanılabileceği ek ürünlerin oluşturulmadığı, yöre kültürünü yansıtan sunumlara yer verilmediği görülmektedir. İşletmeler sadece gelen misafirlere hizmet etmeye özen göstermekte olup markalaşma amacını gütmedikleri söylenebilir. Bu durum Bingöl ilinin var olan kaynaklarıyla termal turizm destinasyonu olmasının önündeki temel engellerden biri olması muhtemeldir. Ayrıca verilen hizmetin geliştirilmesine yönelik faaliyetlerin bulunmaması ve çalışanların ve yöneticilerin sektöre yakın olmaması farkındalığın oluşturulamamasındaki etmenler olarak ifade edilebilir. Pazarlama ve tanıtım faaliyetleri işletmelere yönelik pazar paylarının artırılması ve işletmelerin daha da gelişerek sadece bölgesel açıdan değil ulusal açıdan önemli hale gelmesinde önemli bir etkidir. Ayrıca bir destinasyonun markalaşabilmesinde imaj, hizmet kalitesi gibi bir takım faktörlerin önem arz ettiği unutulmamalıdır. Güler (2009)'e göre turizm işletmelerinin sağlamış olduğu hizmetlerin birçok açıdan ele alınması ve bu kapsamda pazarlama faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi önem arz etmektedir. Altunışık (2009)'a göre hizmet pazarlamasında geleneksel pazarlama karmasının dışında insan, süreç ve fiziksel kanıt gibi etmenler de etkilidir. Dolayısıyla termal işletmelerin pazarlama faaliyetlerini gerçekleştirilmesi, bu faaliyetlerde sunmuş oldukları hizmet sürecine kadar her bir noktayı detaylandırarak incelemesi rekabet ortamında iyi bir konuma gelinebilmesinde gerekli görülmektedir. Öcal (2011)'e göre termal turizm, turizm faaliyetleri içinde dünya üzerinde hızla gelişmekte olan ve Türkiye'de de önem arz eden turizm türlerinden biri haline gelmiştir. Bu bağlamda Bingöl ilinin sahip olduğu termal kaynakların işletmeler düzeyinde tanıtılması ve pazarlanması gelecek yıllar için destinasyonun farkındalığının sağlanması ve markalaşması dâhilinde birçok ek yatırım olmasına ve istihdam olanaklarının gelişmesiyle birlikte il bazında refah düzeyinin artmasında fırsat oluşturması muhtemeldir. Ayrıca Sarı ve Kozak (2005)'e göre bilgi teknolojilerinin turizm alanında etkin bir şekilde kullanılması turizm faaliyetlerinin daha etkin şekilde yapılabilmesinde ve rekabet ortamında iyi bir konuma sahip olunmasında önemli bir husustur. Buradan hareketle termal turizm faaliyetlerinin geliştirilmesi ve bölgenin termal turizm açısından tanıtılmasında bilgi teknolojilerinden faydalanılmasının gerekli olduğu söylenebilir.

Termal İşletmelere Gelen Misafirlere İlişkin Bulgular

Araştırma kapsamında ele alınan termal işletmelerin yöneticilerine misafirlerinin geliş amaçları sorulmuştur. K1 termal işletme yöneticisi misafirlerinin hem yaz aylarında hem de kış aylarında çeşitli rahatsızlıklarından ötürü geldiklerini, aynı zamanda rekreatif amaçlı veya sahip oldukları doğal alanlarda dinlenmek ve eğlenmek amaçlı konaklamak amacıyla geldiklerini ifade etmiştir. Çeşitli rahatsızlıkların giderilmesi amacıyla termal kaynakları kullanan misafirlerin bölge dışından yoğunlukla geldiğini ve bölge halkının ise yoğunlukla rekreatif amaçlı

geldiğini söylemiştir. İşletmeye yaz aylarında konaklamak amaçlı gelen misafirlerin yaklaşık 180 olduğu otelin yaz aylarında dolu olmasından anlaşılmaktadır. K1 yaz aylarında gelen misafirlerin yaklaşık yarısının çeşitli rahatsızlıklarını gidermek amacıyla geldiklerini ifade etmektedir. Ayrıca K2 yaz aylarında rekreatif amaçlı gelen misafirlerin günlük olarak yaklaşık 100-150 civarında olduğunu, bu sayının ilkbahar ve sonbahara doğru daha da arttığı ve üç katna çıktığını söylemektedir. Kış aylarında ise rekreatif amaçlı gelen misafirlerin ortalama 50 olduğunu hafta içi ise bu sayının daha da düşebildiğini dile getirmektedir. Katılımcının ifadeleri; işletme misafirlerinin rekreatif amaçla sonbahar ve ilkbahar dönemlerinde yoğun olarak geldiklerini, çeşitli rahatsızlıklardan ötürü gelenlerin ise yaz aylarında daha yoğun olarak otele geldiklerini göstermektedir.

K2 termal işletme yöneticisi misafirlerin hem termal sularından faydalanmak hem de çeşitli rahatsızlıklarını gidermek amacıyla işletmeye geldiklerini dile getirmiştir. K2 işletmesi 18 oda ve 36 yatak kapasitesinden oluşmaktadır. K2 işletmenin yaz aylarında dolu olduğunu ve konaklayan misafirlerin rahatsızlıklarını gidermek amacıyla bir hafta kaldıklarını söylemektedir. Dolayısıyla otelin konaklama bölümünün, rahatsızlıklarından ötürü gelen misafirler tarafından kullanıldığı söylenebilir. Ayrıca K2 diğer işletme yöneticisi gibi günlük olarak gelen misafirlerinin olduğunu ve bu misafirlerin yöre sakinlerinden oluştuğunu ve ilkbahar ve sonbahar aylarında daha yoğun olarak geldiklerini ileri sürmüştür. Gününbirlik rekreatif amaçlı gelen misafirlerin günlük olarak ortalama 200 civarında olduğunu ve bu sayının kış aylarında diğer işletmede olduğu gibi 50'ni altına düştüğünü söylemektedir.

Araştırma kapsamında misafirlerin demografik özelliklerine ilişkin veriler işletme yöneticilerine sorulmuştur. K1 işletme yöneticisi rekreatif amaçlı günlük olarak gelen misafirlerinin yaklaşık 150'sinin erkek, 50'sinin ise kadın olduğunu söylemektedir. Dışarıdan gelen misafirlerinin Bingöl ilinin çevre illeri olan Elâzığ, Malatya, Muş, Van, Bitlis ayrıca Ankara'dan olduğu yapılan görüşme sonucu belirlenmiştir. Bu durum ilgili termal işletmesinin gelecekte ulusal yönden dikkatleri üzerine çekebilecek bir potansiyele sahip olduğunun da bir göstergesi olarak ifade edilebilir. K2 işletmesi yöneticisi rekreatif amaçlı günlük olarak gelen misafirlerinin 200 civarında olduğunu ve bunların 150-160'nın erkek geriye kalanların ise bayanlar ve çocuklardan oluştuğunu ifade etmiştir. K2 işletme yöneticisi, şehir dışından gelen misafirlerin Elâzığ, Muş, Van, Bitlis, Ankara ve İstanbul'dan geldiğini de sözlerine eklemektedir.

Bingöl ilinde bulunan termal işletmelerin var olan durumu incelendiğinde termal turizm faaliyetinden çok rekreasyon amaçlı kullanıldığı söylenebilir. Zira gelen misafirlerin çoğunluğu eğlenme amaçlı gelerek, kısa süreli kalışlar sergilemektedir. Bu durum da pozitif bir olgu olarak görülebilir ama yine de bölgenin termal turizm amaçlı kullanımı noktasında yetersiz olduğunu göstermektedir. Gerekli plan ve politikalar izlendiği takdirde termal turizm merkezi olarak tanınırlığının artması muhtemel görünmektedir.

Termal işletme yöneticilerine işletmelerinde gerçekleştirilen yeniliklerde ve uygulamalarda tüketici taleplerinin önemli görülüp görülmediği sorulmuştur. K1 işletmesi bu duruma bir örnek vererek misafirlerinin termal havuzları kullanımları esnasında dışarıya çıkmadan çeşitli yiyecek ve içecekleri içeride uygun bir ortamda yemek istediklerini dile getirdiklerini, onların da bu duruma olanak tanımak adına termal havuzun bulunduğu alana ek bir alan oluşturarak yiyecek içecek bölmesi yaptıklarını ifade etmiştir. Dolayısıyla tüketici isteklerinin önemli

görüldüğünü ve bu kapsamda değişimlerin geliştirildiğini açıklamıştır. Çalışan personellerinin eksik olmasına yönelik bir takım eleştirilerin geldiğini ve bunu da gidermek için halk eğitim merkezlerinde turizm alanına yönelik verilen eğitimlere personellerini gönderdiklerini ifade etmiştir.

K2, işletmelerinde diğer işletmede olduğu gibi yiyecek ve içeceklerin termal havuzların bulunduğu alanda yenmesine yönelik eleştirilerle çok karşılaştıklarını ancak bu duruma yönelik bir iyileştirmenin yapılamadığını söylemiştir. Bunun gerekçesi olarak da kamu kurumunda konunun yetkililerce görüşüldüğünü ve sağlık açısından olumsuz olabileceğine karar verildiğini söylemiştir. Eleren ve Kılıç (2007) termal turizm faaliyetlerinin turizm türleri içinde büyük önem arz ettiğini ve termal turizm faaliyetlerinin bir hizmet türü olduğunu bu hizmetlerin hizmet kalitesi ölçümleri ile birlikte rekabet gücünün artırılabilmesini ifade etmektedirler. Buradan hareketle termal turizmin geliştirilmesinde sadece termal kaynaklara sahip olmak değil aynı zamanda ek turistik ürünlerde de nitelikli bir hizmete sahip olmak gerektiği söylenebilir. İşletmeler termal kaynaklara sahip ancak nitelikli personellerinin olmaması dışında, yeterli ek ürünler sunma noktasında da eksiktir. Örneğin yiyecek ve içecek sunumu, misafir eşyalarının yıkanması, market vb. ihtiyaçların giderilmesi, halkla ilişkiler birimlerinin olmaması gibi bir dizi eksiklikler hizmet kalitesinin artırılmasında sorun teşkil edebilmektedir.

Ayrıca hizmet kalitesinin tatmin ve sadakat gibi noktalarda etkisi olduğu çeşitli araştırmalar aracılığı ile söylenebilir (Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1985; Cronin ve Taylor, 1992; Zeithaml, Parasuraman ve Berry, 1996; Reichel, Lowengart ve Milman, 2000; Kandampully, 2000; Emir ve Saraçlı, 2011; Özer, Kement ve Gültekin, 2015). Bu doğrultuda termal işletmelerin misafirlerine sunmuş oldukları hizmet, bu hizmeti sunan personellerinin niteliği ve mevcut fiziksel özellikleri gelecekte daha iyi bir imaja sahip olunması, talebin artması ve markalaşma gibi hususlarda önem arz eden noktalar olarak ifade edilebilir.

Katılımcılara kamu kurum ve kuruluşları ile ilişkileri sorulmuştur. K1 işletmelerinin kısa süre önce termal turistik bir tesis olarak tanınmaya başlandığını ifade etmiştir. Ayrıca sağlık müdürlüğü tarafından sahip olunan termal kaynakların belirli aralıklarla incelendiğini ifade etmiştir. K2 işletmelerinin uygulama oteli ve termal tesis olarak görüldüğünü ve ilerleyen dönemlerde rehabilitasyon merkezi şeklinde de kullanıma sunulmasının olası olduğunu ifade etmiştir. Bingöl kamu kurum ve kuruluşlarının termal işletmelere pazarlama ve tanıtım faaliyetlerinden gerekli altyapı ve üstyapı yatırımlarına kadar olası yardımları Bingöl ilinin daha hızlı ve etkin bir biçimde termal turizm merkezi olmasına katkı sağlayacağı söylenebilir. Bu bağlamda ilgili kamu kurumlarıyla ilişki içinde olması önem arz etmektedir.

Mevsimsel Durumlara İlişkin Bulgular

Araştırma kapsamında termal işletme yöneticilerine misafir sayısının artış ve azalışında mevsimselliğin rol oynayıp oynamadığı sorulmuştur. K1 işletme yöneticisi, otelde konaklayan ve uzun süreli kalan misafirlerin rahatsızlıklarını gidermek amacıyla geldiklerini ve yaz aylarını tercih ettiğini söylemiştir. İlgili işletme iki adet apart otele ve bungalov tipi otel işletmesine sahiptir. K1 işletme yöneticisi müşterileri tarafından bungalov tipi otel işletmelerinin beğenildiğini söylemiştir. Misafirlerin neden olarak yaz aylarında ferah olmasını söylediklerini dile getirmiştir.

K2 diğerk termal işletme yöneticisi gibi yaz aylarında çeşitli rahatsızlıkları olan misafirlerin geldiğini ifade etmiştir. Rekreatif amaçlı gününbirlik gelen misafirlerin ilkbahar ve sonbahar aylarında işletmelerini tercih ettiğini söylemiştir. Rekreatif amaçlı günü birlik gelen misafirlerin yöre halkından oluştuğunu ve kış aylarında işletmenin pek tercih edilmemesine gerekçe olarak yolların zaman zaman sorun oluşturması ve soğğun fazla olduğu aylarda insanların termal kaynakları kullanmak istemediklerini belirtmiştir.

Termal İşletmelerin Uluslararası SPA Birliğı Kriterleri Açısından Değerlendirilmesine Yönelik Bulgular

Araştırma kapsamında termal işletmelerin sahip oldukları fiziksel özelliklerin (hamam, sauna, masaj vb.) ISPA tarafından belirlenen Spa & Wellness kriterlere uygunluğu yapılan gözlemler yoluyla belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırma kapsamında değerlendirilen iki termal işletmenin ISPA kapsamında oluşturulan Spa & Wellness kriterlerine uyum sağladıkları hususlar;

- İşletmede uygun ortam,
- Erkekler ve kadınlar için duşların ve soyunma odalarının olması,
- Çeşitli numaralarda terliklerin bulunması,
- Masaj hizmetlerinin olması,
- Vücut uygulamalarının olması şeklinde ifade edilebilir.

Termal işletmelerin Spa & Wellness kriterlerine uymayan noktaları ise;

- Personel arasında uzman terapist ve estetik uzmanının olmaması,
- Kişiyeye özel uygulama odalarının olması
- Kullanılan özel Spa ürünlerinin bulunmaması,
- Aramoterapi uygulamalarının bulunmaması,
- Beslenme danışmanlığı, kilo yönetimi veya özel eğitimci, yoga, meditasyon veya Spa mutfağının bulunmaması,
- Saç bakım merkezi, manikür-pedikür uygulamaları olarak tespit edilmiştir.

Termal işletmelerin Spa & Wellness kriterlerine uygun hizmet verememesinde temel olarak alanda yetişmiş personel yetersizliği, hizmet kalitesini geliştirmeye yönelik çalışmaların eksikliği, misafir odaklı farklı amaçlarla kullanılabilir uygulamaların olmaması gibi nedenler gösterilebilir. Termal işletmelerin uluslararası standartlarda olması hizmet kalitesi ve sağlıklı ürün sunma gibi konularda tüketiciler tarafından olumlu yönde algılara sahip olmasını sağlarken bu durum gelecekte marka bir termal tesis olunmasına da katkısının olması beklenir. Bu bağlamda ISPA tarafından belirlenen kriterlerin ayrıca önem arz ettiği ifade edilebilir.

SONUÇ ve ÖNERİLER

Türkiye’de turizm faaliyetleri zaman içinde değişen ekonomik ve sosyal şartlara bağlı olarak, turistik tüketicilerin ihtiyaç ve istekleri doğrultusunda farklılaşmaya başlamıştır. Küresel hale gelen pazarlama faaliyetleri ile birlikte turizm faaliyetleri de şekillenmeye başlamış ve alternatif turizm faaliyetleri oluşmuştur. Böylece

Türkiye’de kıyı alanları dışında kalan dağlar, kırsal kesimler, termal alanlar ve kültürel değerler gibi özellikler turizm potansiyeli olarak değerlendirilmeye başlanmıştır (İbret, 2007, s. 137).

Dünya üzerinde yıllar itibariyle oluşan kültürel değişimlerin yanında yaşam koşullarında da bir takım değişimler olmaya başlamıştır. Bu değişimler bireylerin yoğun ve tempolu bir hayatın içinde kalmasına neden olmuştur. Bu yoğunlukla birlikte insanların sağlık açısından faydalı etkinliklere yönelmesi önem arz eden bir nokta haline gelmiştir. Diğer yandan insanların sağlıkları ile ilgili sorunların da oluşmaya başlaması ve bu konuda termal kaynakların kullanımı veya ulaşımındaki gelişimlerle beraber farklı ülkelerde farklı tedavi yöntemlerine başvurulması bir turistik faaliyet haline dönüşmüştür. Termal kaynaklar insanların hem dinlenmek hem de sağlıklarına yönelik bir tedavi yöntemi olması bakımından son yıllarda önemi artan bir turizm faaliyeti olmuştur. Bu kaynakların doğru şekillerde pazarlanması ve turizm sektöründe kullanılması yıllar itibariyle tartışılan ve değerlendirme altına alınmaya başlanan bir konu haline gelmiştir. Türkiye’de farklı şehirlerde bulunan termal kaynaklara yönelik pazarlama faaliyetleri artırılmış ve bölge halkına katkısı olacak şekilde yapılan düzenlemelerle termal turizm faaliyetleri geliştirilmeye başlanmıştır. Bingöl de termal kaynakları ile çevre illerinden rağbet gören ve bu faaliyetini ulusal düzeye taşımak isteyen illerden biridir. Ancak şimdiye kadarki süreç incelendiğinde termal turizme yönelik gerçekleştirilmiş planlamalar ve politikalar yetersiz görülmektedir. Daha geniş bir ifade ile sadece iki adet işletme bölgede mevcuttur. Bu işletmeler de hedef olarak ulusal düzeyde hizmet sunmayı amaçlamamış, yerel düzeyde bir ihtiyacı karşılar gibi bir tutum içerisinde işletilmektedir. Bingöl Valiliği ile yapılan görüşmeler neticesinde yeni bir kaynağın bulunduğu ve bu kaynağın Bingöl merkeze taşınacağı öğrenilmiştir. Bu kaynak üzerine beş yıldızlı bir otel işletmesinin kurulması, yanına alışveriş merkezini yapılması ve konaklama işletmesinin çevresine de yürüyüş parkurları, spor aletleri, kamelyalar gibi park alanının oluşturulması hedeflenmektedir. Bu plan ve politikalar bölgede termal turizm faaliyetlerinin artırılması hedefli görülmektedir. Ayrıca hizmet anlayışına yönelik Bingöl Valiliği ile yapılan görüşmeler neticesinde turizm personellerinin üniversite bünyesinde yer alan bölümlerden seçilmesine dikkat edilmesi hedeflenmiştir. Bölgede hizmet sektöründe çalışabilecek ayrıca lise düzeyinde eğitim kurumunun açılması konuları görüşülmüş olup, kısa vadede bu durumun gerçekleştirilmesi kararlaştırılmıştır.

Araştırmada termal kaynaklara sahip olan Bingöl ilinin termal kaynaklarının turistik ve rekreatif açıdan incelenmesi amaçlanmıştır. Bu kapsamda termal kaynakların işletmesini yapan iki işletmenin yöneticisi ile görüşülmüş ve alınan bilgiler doğrultusunda yorumlamalar gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında yöneticilere öncelikle işletmelerine yönelik gerçekleştirmiş oldukları pazarlama ve tanıtım faaliyetleri sorulmuştur. Genel itibariyle inceleme yapıldığında işletmelerin ulusal düzeyde herhangi bir tanıtım ve pazarlama çalışması yapmadığı görülmüştür. Bunun temel nedeni olarak gelen misafirlerin yerel olması söylenebilir. Yerel misafirlerin sıklıkla gelmesi ve tercihleri bakımından her geçen gün artış göstermesi misafirler tarafından iki işletmenin de olumlu yönde değerlendirildiği ifade edilebilir. Bu da misafirlerin diğer insanlara da işletmeler hakkında iyi yönde bilgiler sunmasıdır. Diğer bir ifade ile kulaktan kulağa reklam faaliyetinin gerçekleştirilmesidir. Yüksel (2007)’e göre işletmelerin daha fazla misafir edinmelerinde kulaktan kulağa pazarlama faaliyetleri önem arz etmektedir. Artık son yıllarda birçok işletmenin dikkat ettiği ve pazarlama faaliyetlerinde temel olarak ele aldığı konulardan biri

olmuştur. Ayrıca Kiani (1998) çalışmasında kulaktan kulağa pazarlama faaliyetlerinin özellikler arkadaşlar ve aile içinde yayılımın artmasında etkili olduğunu ifade etmektedir. Ancak turistlerin tercihlerinin oluşabilmesi için kulaktan kulağa pazarlama faaliyetlerinin başlı başına yeterli olduğunu söylemek pek mümkün değildir. Zira işletmelerin öncelikle tanınırlığının sağlanması akabinde farklı pazarlama faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi gereklidir. Tüm bu bilgilerden hareketle termal işletmelerde kulaktan kulağa pazarlama faaliyetinin gerçekleştirildiği ancak bu faaliyetlerin tek başına yeterli olmadığı ve termal kaynakların pazarlanmasına yönelik ilerleme sağlamak için yine bir takım tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin gerekli olduğu görülmektedir.

Araştırmacılara mevsimsel yoğunluk sorulmuş ve her iki yöneticiden de yaz aylarının daha yoğun geçtiği cevabı alınmıştır. Bölgenin diğer dönemlerde de yoğun kullanılabilmesi adına yine pazarlama faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi ve ulaşım olanaklarının iyileştirilmesi gibi hususların gerçekleştirilmesi gerekmektedir.

Alternatif turizm türlerinden biri olan termal turizm faaliyetleri özü itibarıyla mevsimsellik olgusundan etkilenmemesi gerekmektedir (Göksu, 2007). Ancak ulaşım ve kış mevsiminde yerel halkın rağbet göstermemesi bu düşüşün temel nedenidir. Bu konuda yapılacak ulusal tanıtımlar ve planlama çalışmaları ilgili turizm faaliyetinin her mevsim yoğun olarak kullanılmasına olanak tanıyabilir. Chung (2009, s. 87)'e göre mevsimselliğin ortadan kaldırılmasına yönelik çalışmaların gerçekleştirilmemesi durumunda turizm faaliyetlerinde mevsimselliğin olumsuz etkileri olan kapasitenin kullanımı, gelir, maliyet, yatırım, istihdam, yönetim ve kalite sorunları gibi etkenlerle karşı karşıya kalınabilir.

Araştırma kapsamında termal işletmelerin sahip oldukları teknik özellikler ve verilen hizmetler ve sunumu gözlemlenmiştir. Ayrıca gözlemler sonucu termal işletmelerin uluslararası Spa birliği kriterlerini taşıyıp taşımadığı değerlendirilmiştir. Araştırma sonucunda işletmelerin çalışanların sayısı ve çalışan eğitimi bakımından yetersiz olduğu bunun nedeni olarak da hizmet kalitesi bakımından termal işletmelerde düşük bir algı olduğu ve tüketicilerin beklentilerinin genel anlamda tam olarak karşılanmasına yönelik girişimlerin olmadığı veya yetersiz kaldığı söylenebilir. Ayrıca işletmelerde işbaşı eğitimi gibi hizmet kalitesine olumlu yönde katkıları olabilecek faaliyetlerin gerçekleştirilmediği tespit edilmiştir. Araştırma kapsamında incelenen termal işletmelerin sahip olduğu imkânlar incelendiğinde uluslararası Spa birliği tarafından belirlenen kriterlerin çoğunu karşılamadığı tespit edilmiştir. İşletme yöneticilerinin turizm odaklı düşünmemeleri, bir işletmenin kamu kurumuna ait olması gibi nedenler işletmelerin bu kriterleri taşımasındaki engel olarak düşünülebilir. Ayrıca işletmelerin müşterilerinin yerel halktan olması buradaki termal faaliyetlerin ulusal veya uluslararası düzeyde düşünülmesinin önünde engel niteliğindedir. Zira işletmeciler var olan misafirlerin yeterli olduğu kanısını taşımaktadırlar.

Araştırma genel olarak incelendiğinde Bingöl ilinin sahip olduğu termal kaynakların bölgede ciddi önem arz ettiği ancak ulusal ve uluslararası düzeyde ses getirebilecek nitelikte sunumunun gerçekleştirilmediği ifade edilebilir. İşletmelerde bir takım değişimler gerekli gibi görünürken ayrıca tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin daha geniş ölçüde yapılması gerekmektedir. İşletmelerde yapılması öngörülen değişiklikler şu şekilde sıralanabilir;

- İşletmelerde öncelikle sağlık açısından hijyen ve sanitasyon kurallarına dikkat edilmesi, konu uzmanları tarafından personellere eğitim verilmesi için işletmelerin girişimlerde bulunması gerekmektedir.

- İstihdam edilen personellerin kısa vadede eğitime tabi tutulması (hizmet içi eğitim için alan uzmanı da talep edilebilir) gerekmektedir.
- İşletmelerde termal sular ve odalarda yer alan eşantiyon malzemelerin artırılması sağlanabilir.
- Uluslararası SPA kriterleri kapsamında değerlendirmeler yapılarak gerekli düzenlemeler yapılabilir.
- Misafirlerin talep ve şikâyetlerinin tespit edilmesi amacıyla memnuniyet anketleri düzenlenebilir ve böylelikle eksik olan yönler belirlenip çeşitli yollarla giderilebilir.
- Yiyecek ve içecek sunumları gerçekleştirilebilir ve sunumlarda yöresel mutfak ağırlıklı bir hizmet anlayışı oluşturularak Bingöl ilinin özellikleri tanıtılabilir.
- Hakla ilişkiler birimi kurularak misafirlerin irtibata geçebileceği bir birim oluşturulabilir.
- Böylelikle misafirlerin sorunları giderilirken kendilerini önemli ve ayrıcalıklı hissetmeleri sağlanabilir.
- Ulusal çapta kültür turları gerçekleştiren firmalarla görüşüp turları kapsamında işletmelerini kullanmaları talep edilebilir.
- Ulusal düzeyde çalışan internet siteleri ile satış ve pazarlama alanlarında anlaşma sağlanabilir.
- Otelere ait internet sayfalarında otel tanıtım videoları hazırlanabilir.

Bingöl ilinde termal kaynakların termal turizm kapsamında kullanılması için uzun soluklu plan ve politikaların kamu kurumları ve özel sektör birlikteliğinde gerçekleştirilmesi önem arz eden husustur. Çalışma sadece Bingöl iline yönelik gerçekleştirilmiştir. Bu durum çalışmanın kısıtlarındandır. Doğu Anadolu Bölgesi'ni kapsayan bir çalışma gerçekleştirilebilir ve bu kapsamda Bingöl ilinin sahip olduğu termal kaynakların değerlendirilmesi yapılabilir. Ayrıca işletmeleri ziyaret eden misafirlerin tatmin düzeyleri, sadakat durumları, demografik özellikleri gibi noktalar da araştırılabilir ve bu kapsamda ilin termal kaynaklarının kullanımı hakkında farklı fikirlerin edinilmesi sağlanabilir.

KAYNAKÇA

- Akbulut, G. (2010). Türkiye'de Kaplıca Turizmi ve Sorunları. Gaziantep Üniversitesi *Sosyal Bilimler Dergisi*. 9(1), 35-54.
- Akova, İ. (2000). Alternatif Turizm Olanaklarımız. *Coğrafya Dergisi*, 8, 71-84.
- Altunışık, R. (2009). Turizm İşletmelerinde Pazarlamanın Temelleri ve İki Farklı Pencereden Pazarlama Yönetimi: Üretici ve Tüketici Bakış Açısı. Cevdet Avcıkurt, Şehnaz Demirkol, Burhanettin Zengin, Değişim Yayınları, İstanbul.
- Bayer, M. Z. (1992). Turizme Giriş, İstanbul, İşletme Fakültesi Yayınları.
- Bayer, E. (1997). Türk Termal Turizm Potansiyeli İle Tesisleri ve Bir Uygulama. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta.
- Bingöl İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2016). Bingöl Turizm İstatistikleri, <http://www.bingolkulturturizm.gov.tr/>. Erişim Tarihi: 21.12.2016.
- Chung, J. Y. (2009). Seasonality in Tourism, *A Review of Tourism Research*, 7(5), 82-96.
- Cronin, J. J. & Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: a reexamination and extension. *The Journal of Marketing*, 56 (3), 55-68.

- Çetin, T. (2011). Termal Turizm Potansiyeli Açısından Kozaklı (Nevşehir) Kaplıcaları, *Turkish Studies - International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic* . 6: 878-902.
- Çiçek, R. & Avderen, S. (2013). Sağlık Turizmi Açısından İç Anadolu Bölgesi'ndeki Kaplıca ve Termal Tesislerin Mevcut Yapısının ve Potansiyelinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 15 (25): 25-35.
- Çomak, N. & Güncegörü, B. (2012). Köş Kaplıcalarının Turizme Kazandırılması. *Marmara Coğrafya Dergisi*. 26, 55-70.
- Emir, O. & Saraçlı, S. (2011). Determinants of customer satisfaction with thermal hotels. *Anatolia-An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 22(01), 56-68.
- Eleren, A. & Kılıç, B. (2007). Turizm Sektöründe Servqual Analizi ile Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi ve Bir Termal Otelde Uygulama. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 20(1), 235-263.
- Fırat Kalkınma Ajansı. (2011). *Bingöl İlinde Jeotermal Kaynaklar ve Termal Turizm*, <http://www.fka.org.tr/SayfaDownload/bingolilindejeotermalkaynaklarvekeynakturizmi.pdf>, Erişim Tarihi:15.03.2016.
- Göksu, Y. Z. (2002). Mevsimselliğin Azaltılması ve Turizmin Çeşitlendirilmesi Termal Turizm (Sağlık Turizmi). *TC Turizm Bakanlığı II. Turizm Şurası Bildirileri I. cilt*, 12-14.
- Güler, E. G. (2009). Konaklama İşletmelerinde Tutundurma Faaliyetleri Ve Trakya'daki Oteller Üzerine Bir Araştırma. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 27(2), 233-261.
- Gülmez, Z. (2012). Türkiye'de ve Dünya'da Sağlık Turizmi ve Çeşitleri: Sağlık Turizminin Ülkemizdeki Mevcut Durumu ve Bazı Ülkelerle Kıyaslanması, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Gürbüz, M. & Korkmaz, H. (2001). Ilıca Kasabasında sağlık (termal) turizmi. *Türk Coğrafya Dergisi*, (36).
- Güzel, A., Çiftçi, C. & Atay, Y. (2013). Kaplıca Turizmi Potansiyeli Açısından Şanlıurfa Karaali Kaplıcası. *International Journal of Social Science*, 6 (7), 513-535.
- İlçalar Belediyesi (2016). *Turizm*. <http://www.ilcalar.bel.tr/turizm.html>, Erişim Tarihi: 15.03.2016.
- İbret, B. Ü. (2007). Türkiye'de Yeni Gelişen Bir Termal Turizm Merkezi: Çavundur Kaplıcası/The newly improving thermal tourism center: Çavundur Hot Spring, *Doğu Coğrafya Dergisi*, 12(18), 135-164.
- Kandampully, J. (2000). The impact of demand fluctuation on the quality of service: a tourism industry example. *Managing Service Quality: An International Journal*, 10(1), 10-19.
- Kiani, G. R. (1998). New game, new rules: Will traditional mentality work in the Market-space? *Management Research News*, 21(6), 1-9.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2012). Sağlık ve Termal Turizm, Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, Kasım 2012.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2016). *Dünya'da Sağlık ve Termal Turizm*, <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,11478/dunyada-saglik-ve-termal-turizm.html>, Erişim Tarihi: 15.03.2016.
- Öcal, T. (2011). Niğde'de Planlanan Termal Turizm Kaynaklarına Bir Örnek; Nargöl, *Marmara Coğrafya Dergisi*, 24, 287-311.
- Özer, L., Kement, Ü. & Gültekin, B. (2015). Genişletilmiş Planlanmış Davranış Teorisi Kapsamında Yeşil Yıldızlı Otelleri Tekrar Ziyaret Etme Niyeti. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 33(4).
- Öztürk, Y. & Yazıcıoğlu İ. (2002). Gelişmekte Olan Ülkeler İçin Alternatif Turizm Faaliyetleri Üzerine Teorik Bir Çalışma. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2: 183-195.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *The Journal of Marketing*, 49, 41-50.
- Parker, S. (1979). *The Sociology of Leisure*, London, George Allen and Unwin Ltd.

- Reichel, A., Lowengart, O. & Milman, A. (2000). Rural tourism in Israel: service quality and orientation. *Tourism Management*, 21(5), 451-459.
- Sağlık Bakanlığı. (2013). *Türkçe Sağlık Turizmi Özet Bilgi*. <http://www.saglik.gov.tr/SaglikTurizmi/belge/1-24204/turkce-saglik-turizmi-ozet-bilgi-2013.html>, Erişim Tarihi: 17.03.2016.
- Sarı, Y. & Kozak, M. (2005). Turizm Pazarlamasına İnternetin Etkisi: Destinasyon Web Siteleri İçin Bir Model Önerisi, *Akdeniz İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9, 248-271.
- Şimşek, H. & Yıldırım, A. (2011). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, Seçkin Yayınları, İstanbul.
- Sağlık Bakanlığı. (2013). *Türkiye Medikal Turizm Değerlendirme Raporu*. <http://www.saglik.gov.tr/SaglikTurizmi/dosya/1-91778/h/turkiye-medikal-turizm-degerlendirme-raporu-2013.pdf>, Erişim Tarihi: 17.03.2016.
- Temizkan, S. P., Ekici, A. & Demirci, B. (2015). Eskişehir’de Termal Su Kullanan Hamamların Turizm Açısından Değerlendirilmesi, *I. Avrasya Uluslararası Turizm Kongresi: Güncel Sorunlar, Eğilim ve Göstergeler*. 534-541. Mayıs, 2015, Konya.
- Türnüklü, A. (2000). Eğitim-bilim Araştırmalarında Etkin Olarak Kullanılabilecek Nitel Bir Araştırma Tekniği: Görüşme, *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi*, 6(24), 543-559
- Yüksel, M. (2007). Küreselleşme Sürecinde Yeni Bir İletişim Ortamı. *Öneri*, 7(28), 317-326.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L. & Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *The Journal of Marketing*, 60, 31-46.

Extensive Summary

Evaluation of the Firms Providing Thermal Service in Bingöl in Terms of Tourism and Recreativeness

The aim of this study is to examine marketing and planning activities of firms that are active in thermal serving at the province of Bingöl in terms of tourism and recreativeness and also to provide some proposals related to the usage of resources effectively for the coming years. The examination of all thermal firms located both in the province of Bingöl and their town constitutes the scope of this study. Furthermore the study is significant in terms of including the findings for the development of thermal tourism in Bingöl. As the branding of the province is possible when considering its thermal sources. The study is a qualitative study and the data collected from the questions formed by taking the help of experts and observation techniques. In this context, we asked the structured interview questions to the administrators of thermal firms and also it was examined and interpreted the obtained data by means of descriptive analysis. Finally, in context of Bingöl’s promotion as a thermal destination, local authorities, business operators and nongovernmental tourism organizations are suggested to implement mutual marketing and promotion strategies. In order to reach the results of the study, managers were asked about the marketing and promotional activities they conducted for their businesses. In general, it has been observed that businesses do not undertake any promotional and marketing activities at the national level. It has been seen that the ear mold marketing activity is carried out in thermal enterprises but these activities alone are not enough and a

number of promotional and marketing activities are needed to make progress towards the marketing of thermal resources. The researchers were asked about the seasonal intensity, and both administrators replied that the summer months were more intense. However, it was determined that the other periods were not as intense as the summer period. Within the scope of the research, the technical characteristics and services and presentation of the thermal enterprises were observed. It was also assessed whether the observational thermal enterprises carry the international Spa Union criteria or not. As a result of the research, it was determined that the enterprises were inadequate in terms of number of employees and employee training. It has also been understood that activities that could contribute to the quality of service, such as on-the-job training in enterprises, have not been carried out.

When the research is examined in general, it can be stated that the thermal resources that Bingöl province possesses are of great importance to the region, but the presentation which can bring sound at national and international level has not been realized. While some changes seem to be necessary in businesses, promotion and marketing activities need to be done on a wider scale. In Bingöl province, it is important to realize long-term plans and policies for the use of thermal resources within the scope of thermal tourism, in cooperation with public institutions and the private sector. It is proposed that in the thermal-oriented marketing of the city, local governments, operators and non-governmental organizations operating in the field of tourism should jointly conduct marketing and promotional activities.