



T.C.
ALANYA ALAADDİN KEYKUBAT ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
SAĞLIK TURİZMİ ANABİLİM DALI

SAĞLIK TURİZMİ YÖNÜNDEN FİZYOTERAPİ
ÇALIŞANLARI, ÖĞRENCİLERİNİN ALGISI VE ANTALYA
FİZİK TEDAVİ REHABİLİTASYON BİRİMLERİNİN ANALİZİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Kazım Emre EREN

DANIŞMAN

Dr. Öğr. Üyesi. Erkan MAYTALMAN

ALANYA

2021

Kazım Emre EREN

Sağlık Turizmi Yönünden Fizyoterapi Çalışanları, Öğrencilerinin Algısı ve

Antalya Fizik Tedavi Rehabilitasyon Birimlerinin Analizi

ALKÜ 2021

T.C.
ALANYA ALAADDİN KEYKUBAT ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

**SAĞLIK TURİZMİ YÖNÜNDEN FİZİYOTERAPİ ÇALIŞANLARI,
ÖĞRENCİLERİNİN ALGISI VE ANTALYA FİZİK TEDAVİ
REHABİLİTASYON BİRİMLERİNİN ANALİZİ**

Yüksek Lisans Tezi

Kazım Emre EREN
Sağlık Turizmi Anabilim Dalı
Sağlık Turizmi

DANIŞMAN
Dr. Öğr. Üyesi. Erkan MAYTALMAN

ALANYA
2021

JÜRİ VE ONAY SAYFASI

Kazım Emre EREN'in "Sağlık Turizmi Yönünden Fizyoterapi Çalışanları, Öğrencilerinin Algısı ve Antalya Fizik Tedavi Rehabilitasyon Birimlerinin Analizi" başlıklı tezi 16/06/2021 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından değerlendirilerek "Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi Lisansüstü Eğitim-Öğretim Yönetmeliği'nin ilgili maddeleri uyarınca, Sağlık Turizmi Anabilim Dalında Yüksek Lisans/Doktora tezi olarak oy birliği/oy çokluğu ile kabul edilmiştir.

Unvanı-Adı Soyadı

İmza

Üye (Tez Danışmanı) : Dr. Öğr. Üyesi Erkan MAYTALAMAN

Üye : Dr. Öğr. Üyesi Hasan Atacan TONAK

Üye : Dr. Öğr. Üyesi Tolga GÜL

Enstitü Müdürü

Doç. Dr. Derman VATANSEVER BAYRAMOL

ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ

Bu tezin bana ait, özgün bir çalışma olduğunu; çalışmamın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgilerin sunumu olmak üzere tüm aşamalarında bilimsel etik ilke ve kurallara uygun davrandığımı; bu çalışma kapsamında elde edilemeyen tüm veri ve bilgiler için kaynak gösterdiğimi ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi; bu çalışmanın Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi tarafından kullanılan “bilimsel intihal tespit programıyla tarandığını ve “intihal içermediğini” beyan ederim. Herhangi bir zamanda, çalışmamla ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçlara razı olduğumu bildiririm.

Kazım Emre EREN

TEŞEKKÜR SAYFASI

Araştırmamı yaptığım sürede gerek tecrübesi gerek bilgisiyle bana destek olan danışmanım sayın Dr. Öğr. Üyesi Erkan Maytalman'a, sağlık turizmi bölümünde bizi teşvik edip bu alana yönelmemizi sağlayan Dr. Öğr. Üyesi İshak Suat Övey hocama, anket hazırlama sürecinde desteğini esirgemeyen Dr. Öğr. Üyesi Tolga Gül hocama, bu sıkıntılı süreçte psikolojik destek sağlayan ve bilgi alışverişi yaptığım eşim Öğr. Gör. Özüm Çetinkaya Eren'e, arkadaşım Uzm. Fzt. Hakan Aydın'a, mutluluk kaynağım sevgili kızım Gülce'ye ve aileme sonsuz teşekkürlerimi sunarım.



ÖZET

SAĞLIK TURİZMİ YÖNÜNDEN FİZYOTERAPİ ÇALIŞANLARI, ÖĞRENCİLERİNİN ALGISI VE ANTALYA FİZİK TEDAVİ REHABİLİTASYON BİRİMLERİNİN ANALİZİ

Kazım Emre EREN

Sağlık Turizmi Anabilim Dalı

Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi, Lisans Üstü Eğitim Enstitüsü

Haziran, 2021 (80 Sayfa)

Günümüz dünyasında insanların refah düzeylerinin artmasına paralel olarak sağlık hizmetlerinde gelişmeler yaşanmaktadır. Eski zamanlarda insanlar genellikle sadece yaşadıkları yerlerde sağlık hizmeti alırken ulaşımın da kolaylaşmasından kaynaklı sağlık hizmeti almak için farklı destinasyonlara gitmeye başlamışlardır. Buna bağlı olarak sağlık turizmi sektörü gelişmeye başlamış ve büyük bir pazar ağı oluşturduğu için de ülkeler bu sektör üzerine daha çok yoğunlaşmışlardır. Ancak ülkemizin bu pazardaki oranı yeterli düzeyde değildir. Yaptığımız çalışmada fizik tedavi ve rehabilitasyon çalışan ve öğrencilerinin sağlık turizmi algısı ve Antalya'daki fizik tedavi merkezlerinin sağlık turizmi konusunda yeterlilik düzeyleri araştırıldı. Araştırma yapılırken iki farklı anketten yararlanıldı. Birinci ankette çalışan ve öğrencilerin demografik bilgileri ile birlikte; sağlık turizmi ile fizik tedavi bağlantısı, sağlık turizmini arttırmak için hangi alanlara yönelmek gerektiği ve Türkiye'nin turizm ve sağlık turizmi açısından durumu hakkında sorular yer almaktadır. Genel anlamda katılan kişiler sağlık turizmi hakkında bilgi sahibi olmakla birlikte ülke olarak ne yazık ki yeterince aktif çalışma yapılmadığı, Türkiye'nin bu konuda imajının pek olumlu olmadığı sonucuna ulaşıldı. İkinci ankette ise Antalya'da hizmet veren kurumların sağlık turizmi için gerekli alt yapısının olup olmadığı sorgulandı. Özellikle personel durumu, cihaz durumu ve kurumların sağlık turizmini geliştirme konusunda aktif olarak çalışma yapıp yapmadığı sorgulandı. Kurumların hem personel hem de sağlık turizmini geliştirme amaçlı çalışmalar konusunda ciddi eksikler yaşadığı anlaşıldı.

Anahtar Sözcükler: Sağlık turizmi, sağlık, fizik tedavi, Antalya.

ABSTRACT

PERCEPTION OF PHYSIOTHERAPY EMPLOYEES AND STUDENTS IN TERMS OF HEALTH TOURISM AND ANALYSIS OF ANTALYA PHYSICAL THERAPY REHABILITATION UNITS

Kazım Emre EREN

Department of Health Tourism

Alanya Alaaddin Keykubat University, Graduate Education Institute

June, 2021

In today's world, there are developments in health services in parallel with the increase in the welfare level of people. People have started to go to different destinations to access healthcare services with ease of transportation, whereas before, they generally get healthcare services only in the places they lived. Accordingly, the health tourism sector has started to develop, and countries have focused more on this sector as it creates a large market network. However, the ratio of our country in this market is not sufficient. Our study investigated the perception of health tourism of the employees and the students in physical therapy and rehabilitation and the level of proficiency in health tourism of physical therapy centers in Antalya. Two different questionnaires were used during the research. In the first survey, there are questions about the relationship between health tourism and physical therapy, which areas to focus on to increase health tourism and the situation of Turkey in terms of tourism and health tourism together with the demographic information of the employees and students. Overall, although the participants have knowledge about health tourism, it has been concluded that unfortunately there is not enough effective work in our country, and Turkey's image is not very positive in this regard. The second survey questioned whether the institutions serving in Antalya have the necessary infrastructure for health tourism. In particular, the staff situation, device status, and whether the institutions are actively working on developing health tourism have been asked. It has been understood that institutions have serious shortcomings in both personnel and studies aimed to improve health tourism.

Keywords: Health tourism, health, Physical Therapy, Antalya.

İÇİNDEKİLER

İÇ KAPAK SAYFASI

ONAY SAYFASI	i
ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ	ii
ÖNSÖZ / TEŞEKKÜR	
SAYFASI.....	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT.....	v
İÇİNDEKİLER SAYFASI	vi
TABLolar LİSTESİ.....	viii
ŞEKİLLER LİSTESİ	ix
SİMGELER ve KISALTMALAR	x
1. GİRİŞ	1
2. LİTERATÜR	3
2.1. Turizm.....	3
2.1.1. Turizmin Sınıflandırması	5
2.1.1.1. Coğrafi sınırlara göre	5
2.1.1.2. Katılan kişi sayısına göre.....	5
2.1.1.3. Katılanların yaşlarına göre.....	6
2.1.1.4. Mevsimsel özelliklere göre.....	6
2.1.1.5. Sosyo-ekonomik düzeylerine göre	6
2.1.1.6. Amaçlara göre.....	7
2.1.2. Turistik Ürünü Oluşturan Dinamikler.....	7
2.1.2.1 Çekicilik.....	7
2.1.2.2. Ulaşılabilirlik	7
2.1.2.3. Etkinlikler	7
2.1.2.4. Turizm işletmeleri.....	8
2.1.2.5. İmaj	8
2.2. Sağlık	8
2.3. Sağlık Turizmi.....	8
2.3.1. Medikal turizm.....	9
2.3.2. Termal sağlık turizmi.....	10

2.3.3. Yaşlı turizmi	13
2.3.4. Engelli turizmi	14
2.4. Sağlık Turizmi Etkileyen Faktörler	15
2.5. Akreditasyon	17
2.5.1. JCI Akreditasyon	18
2.6. Sağlık Turizminin Faydaları	19
2.7. Dünyada Sağlık Turizmi	20
2.8. Türkiyede Sağlık Turizmi	21
2.9. Sağlık Turizminde Antalya	23
3. YÖNTEM	25
3.1. Araştırmanın Modeli	25
3.2. Çalışmanın Amacı ve Önemi	25
3.3. Evren ve Örneklem	26
3.4. Araştırmada Etik	26
3.5. Veri Toplama Araçları	26
3.6. Verilerin Analizi ve Değerlendirilmesi	27
3.7. Araştırmanın Varsayımları	27
3.8. Araştırmanın Sınırları	28
3.9. Araştırmanın Problemleri	28
4. BULGULAR	29
5. TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER	66
6. KAYNAKÇA	73
7. EKLER	79
ÖZGEÇMİŞ	

TABLÖLER LİSTESİ

Tablo 2.1 Türkiye’de Sıcak Su ve Kaplıca Olan Bölgeler ve Bu Bölgelere Ait Bazı Sayısal Veriler.....	11
Tablo 2.2 Türkiye ve Diğer Ülkelerin Fiyat Karşılaştırması.....	23
Tablo 4.1 Veri Toplama Aracının Güvenirlik Analizi.....	29
Tablo 4.2 Katılımcılara İlişkin Demografik Veriler.....	29
Tablo 4.3 Anket Sorularına Verilen Cevaplara Göre Elde Edilen Bulgular.....	31
Tablo 4.4 Ankette Sorulan Sorulara Verilen Cevapların Cinsiyete Göre Dağılımı ve İstatistiksel Sonuçları.....	40
Tablo 4.5 Ankette Sorulan Sorulara Verilen Cevapların Medeni Duruma Göre Dağılımı Ve İstatistiksel Sonuçları.....	43
Tablo 4.6 Ankette Sorulan Sorulara Verilen Cevapların Yaş Gruplarına Göre Dağılımı ve İstatistiksel Sonuçları.....	45
Tablo 4.7 Ankette Sorulan Sorulara Verilen Cevapların Eğitim Seviyesine Göre Dağılımı ve İstatistiksel Sonuçları.....	49
Tablo 4.8 Ankette Sorulan Sorulara Verilen Cevapların Meslekte Çalışma Yılına Göre Dağılımı ve İstatistiksel Sonuçları.....	53
Tablo 4.9 Ankette Sorulan Sorulara Verilen Cevapların Daha Önce Termal Tesiste Kalmış Olma Durumuna Göre Dağılımı, İstatistiksel Sonuçları.....	57
Tablo 4.10 Ankette Sorulan Sorulara Verilen Cevapların ‘Sağlık Turizmi Hakkında Bilgili Misiniz?’ Sorusunun Cevabına Göre Dağılımı ve İstatistiksel Sonuçları.....	60
Tablo 4.11 Antalya’da Hizmet Veren Fizik Rehabilitasyon Merkezlerinin Olanaklarına İlişkin Çalışanların Görüşleri.....	63
Tablo 4.12 Antalya’da Hizmet Veren Fizik Tedavi ve Rehabilitasyon Merkezlerindeki Cihazlara İlişkin Veriler.....	65

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 2.1 Dünya 2010 Yılı Geneli Yaş Haritası.....	14
Şekil 2.2 Dünya 2050 Yılı Geneli Yaş Projeksiyon Haritası.....	14
Şekil 4.1 Sağlık Turizmiyle İlgili Fizyoterapi Ve Rehabilitasyon Eğitim ve Uygulamalarının Arttırılması Sağlık Turizminin Gelişmesini Sağladığına İlişkin Görüşler.....	36
Şekil 4.2 Sağlık Turizmiyle İlgili Derslerin Fizyoterapi ve Rehabilitasyon Lisans Eğitimine Eklenmesine İlişkin Görüşler.....	36
Şekil 4.3 Sağlık Turizmi Ana Başlıklarının Fizyoterapi ve Rehabilitasyon İle İlişkinin Bilinmesine İlişkin Bulgular.....	37
Şekil 4.4 Sağlık Turizminde Etkin Kuruluşlarda Fizyoterapi ve Rehabilitasyon Öğrencilerinin Staj Yapması Gerektiğine İlişkin Bulgular.....	38
Şekil 4.5 Fizyoterapi ve Rehabilitasyon Alanında Sağlık Turizmi Eğitim ve Çalışmalarının Arttırılması Fizyoterapistlerin İstihdam Alanını Genişleteceğine İlişkin Bulgular.....	38
Şekil 4.6 Türkiye’de Sağlık Turizmi Faaliyetlerinde Yabancı Turist Sayısını Arttırmaya Yönelik Girişimlere İlişkin Bulgular.....	39

SİMGELER ve KISALTMALAR

Kısaltmalar

WTO	World Tourism Organization
MTA	Maden Teknik Arama
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
JCI	Joint Commission International
CARF	Commission On Accreditation Of Rehabilitation Facilities
JCAHO	Joint Commission On Accreditation Of Healthcare Organization
İSO	International Organization For Standardization
IVF	In Vitro Fertilisation
MTA	Maden Tetkik ve Arama Enstitüsü

1. GİRİŞ

Sağlık turizmi çok eski zamanlarda ortaya çıkmıştır. Bu amaçla eski medeniyetler şifalı sulardan yararlanmak amacıyla kaynak çevresine yerleşkeler yapmışlardır (1). Sağlık turizmi kapsamında bilinen en eski yapılar Sümerler döneminde görülmüştür. Tunç çağında İsviçre’de bazı topluluklar mineral bakımından zengin sularla yıkanmanın ve içmenin faydalı olduğu anlamışlar. Eski Helenistik dönemdeki insanlar sağlık turizminin ilkel de olsa ilk alt yapılarını oluşturmuşlardır. Antik Yunanda Tıp Tanrısı Asklepios için yapılan tapınaklar dünyanın çeşitli yerlerinden gelen insanları tedavi hizmeti sunmuştur. Helenistik dönem sonrasında Romalılar kaynak sularını tedavi amaçlı kullanmışlardır. Buna bağlı olarak da su kaynakları çevresinde yapılar kurulmuştur. Orta çağda ise dini inançlarına göre kaplıca merkezleri şeytan alanı olarak görülmekteydi. Bu sebeple birçok merkez harap edilmiş sonrasında ise sadece izinli olarak çalışmalarına izin verilmiştir. Aydınlanma dönemiyle kaplıca merkezlerine yeniden önem verilmiş ve sağlık merkezleri haline dönmüşlerdir (2,3). Günümüzde ise çok büyük bir pazar potansiyeline sahip olan sağlık turizminin önemi gittikçe artmaktadır.

Türkiye ekonomisi için çok önemli olan turizme ilave olarak sağlık turizmi adına da çalışmalar yapılmaktadır. Bu doğrultuda bağlantılı bakanlıklar kalkınma planlarında sağlık turizmi için gerekli adımları ve politikaları açıklamaktadırlar (4). Sağlık turizmi kişilerin sağlıklarını korumak veya geliştirmek amacıyla yaptıkları seyahatlerin tümü şeklinde ifade edilebilir (5). Sağlık turizminin alt başlıkları olan medikal turizm, termal turizm, engelli turizmi ve ileri yaş turizmiyle fizik tedavi ve rehabilitasyon doğrudan bağlantılıdır. Özellikle de termal turizmle daha iç içe geçmiş olan fizik tedavi uygulamaları diğer tedavi kürleriyle koordine bir şekilde uygulanabilir. Hekim ve diğer sağlık çalışanlarıyla birlikte insan sağlığını arttırmaya yönelik bu kompleks uygulamaya termalizm denmektedir. Termal turizm şifalı suların kullanılmasının yanında çamur banyosu ve egzersiz gibi uygulamaları da içerir (6).

Dünyada sağlık turizmi ekonomik olarak büyük bir pazar olmakla birlikte ülkemizde özellikle sağlık çalışanlarında yeterli farkındalık yoktur. Ayrıca sağlık hizmeti sağlayıcılarında sağlık turizmine yönelik planlama yapılmadan tesisler oluşturulduğundan ve buna göre personel istihdam edildiğinden yerel ihtiyaç karşılanmaktayken, sağlık turizmi amacıyla gelen turistlerin eklenmesiyle tesislerin

fiziki altyapı, ekipman ve personel sayısı açısından yetersiz kalacağı düşünülmektedir (7).

Bu tez çalışmasında sağlık turizmiyle tedavi uygulamaları direkt olarak bağlantılı olan fizik tedavi ve rehabilitasyon öğrencilerinin ve çalışanlarının bu konudaki farkındalıkları ölçülmesi hedeflenmiştir. Ayrıca turizm için büyük bir pazar olan Antalya'nın sağlık turizminde fizik tedavi açısından bazı merkezlerin yeterlilik düzeyi incelenmiştir. Çalışmamız iki çeşit anketten oluşmaktadır. İlk bölümlerde turizm ve sağlık turizmi hakkında genel bilgiler verilmiş sonraki alanlarda ise anketlerden elde edilen veriler incelenmiştir.



2. LİTERATÜR

2.1. Turizm

İlkçağlarda insanlar hayatlarını idame ettirebilmek için yiyecek arayışına girmişler ve yaşadıkları yere oranla daha verimli topraklara hareket etmişlerdir. Bunlara ilave olarak korunma ve barınma ihtiyaçları ilkçağlarda insanların yer değiştirme hareketlerinin ivmelenmesine sebep olmuştur (8). Helenistik dönemde yapılan spor müsabakaları sebebiyle insanlar oyunların yapıldığı yerlere ziyarette bulunmuşlar ve turizme öncülük etmişlerdir (9). Bu dönemde yaşayanlar ayrıca sağlık amacıyla şifalı buldukları kaplıca kaynaklarının olduğu bölgelere giderek uzun süreler konaklamışlardır (8).

Ortaçağ Avrupa'sında kiliselerin devlet yönetimi ve halk üzerinde etkisi nedeniyle turizm daha çok inanç eksenli olmuştur (10). Bu dönemde özellikle Kudüs hac merkezi olması nedeniyle önemli bir destinasyon merkezi olmuştur (8). Rönesans döneminde kilise etkisinin azalmasıyla seyahatler sanat ve bilimin geliştiği yerlere yönelmiştir. Ortaçağda inanç turizmi gibi, kültür turizmi bu dönemde ortaya çıkmış ve özellikle çok sayıda bilim insanı ve öğrenci seyahat ettiği İtalya öne çıkmıştır (10).

Yakın tarihte teknoloji ve sanayinin etkisi ile ulaşımın kolaylaşması turizmin gelişmesinde büyük rol oynamıştır. Bu gelişmeler orta gelir gruplarının da seyahat etmesine imkan sağlamıştır (8). Halkın da turizme dahil olduğu dönemdeki en önemli değişiklik paket turların yapılmaya başlanmasıdır. Thomas Cook ilk paket turu yapmış ve operatörlüğün öncüsü olmuştur (11). Sanayileşme günlük yaşama kazandırdığı bir çok yenilikle birlikte turizmin de gelişmesine neden olmuştur. Tarihsel gelişim kapsamında turizm için çeşitli tanımlamalar yapılmıştır.

Turizm kelimesi Latince dönme anlamına gelen "tornus" sözcüğünden türemiştir. Bu nedenle turizm kelimesi, yaşanan bölgeye dönmek şartıyla yapılan uzun veya kısa gezi olarak tanımlanmıştır. Geniş kapsamda ise kişinin kalıcı olarak yerleşme amacı gütmeyen, sürekli ikamet ettiği yerden başka bir yere para kazanma, politik ve askeri sebepler dışında kalan amaçlarla gitmesi ve gittiği yerde konaklama süresinin 24 saati geçtiği bir çeşit tüketim olayıdır. Turizm amacı doğrultusunda merak, din, sağlık, dinlenme, spor, aile ziyareti, kongre ve seminere katılmak gibi nedenlerden dolayı bireysel ve toplu yapılabilir (12).

Dünya turizm örgütü (World Tourism Organization- WTO) ise turizmi şu şekilde tanımlar;

“Turizm; sürekli kalıŖa d n Ŗmemek ve gelir getirici hiçbir u raŖıda bulunmamak Ŗartı ile bireylerin geçici süre konaklamalarından doğan olay ve iliŖkilerin tümüdür” (13).

Turizm faaliyetini ger ekleŖtiren turistin tanımı ise Türkiye’de 1996 yılında 22747 sayılı seyahat acentaları yönetmeliğinde Ŗu Ŗekilde yapılmıŖtır;

“Maddi kazanç elde etme amacı olmaksızın, dinlenme ve e lenme amacıyla veya kültürel, sportif, dini ya da sağlık kazanma gibi sebeplerle yapılan, ayrıca gittiği yerde tüketici olarak faaliyetlerde bulunan ve sonrasında yaŖadı ı yere dönen kimsedir” (10). Tanımında da g r ld  i üzere turizm ekonomi, sosyal hayat, siyaset, din gibi alanlarla doğrudan etkileŖim içerisindedir ve bu iliŖkiler özelliklerini belirler (10,14). Bu  zellikleri kapsamında:

- Turizm aktivitelere katılmak amacı ile yapılabilir. Turistlerin sanatsal etkinliklere, yerel yiyecek ve içecekler ile ilgili faaliyetlere, inanç merkezi ziyaretlerine, festivallere, sportif etkinliklere katılmaları örnek olarak verilebilir (15).
- Turistler aktivitelere katılarak ve ek olarak araç kullanma, yeme-içme, konaklama, alıŖveriŖ gibi ihtiyaçları doğrultusunda ekonomik olarak da bölgeye büyük katkı sa lar (15).
- Bu faaliyetler yaŖadı ı ülke ya da yurt dıŖında minimum 24 saat, yaŖadı ı ülkede en fazla 6 ay, yurt dıŖında ise an fazla 1 yıl olarak ger ekleŖtirilir (15).
- Turizm, gidilen bölgeye aynı zamanda kültürel ve sosyal anlamda etkileŖimine katkı sa lar. Böylece farklı din ve kültüre sahip insanların daha sağlıklı iletiŖim kurmasını kolaylaŖtırır (16).
- Turizm faaliyetinin ger ekleŖti i bölgenin altyapı ve peyzaj gibi özelliklerinin iyi olması tercih nedenidir. Bu sebeple bölgenin alt yapısının ve çevresel düzenlemesinin geliŖmesine katkı sa lar (17).
- Turistlerin istekleri birbirinden farklı olmaktadır. Bu nedenle bölgenin yapısı Ŗekillenmekte ve sunulan hizmetlerin  eŖitlili i artmaktadır (17).
- Her insanın turizm faaliyetinde bulunma zamanı farklıdır. Buna bağlı olarak turizm süreklilik gerektiren bir olaydır.  lkeler sürekliliği sağlamak ve her dönem turist çekmek amacıyla  eŖitli destinasyonlarında düzenlemelere

giderek yeni seçenekler oluşturmaktadır. Bu durum göz ardı edilen bazı bölgelerin gelişmesine katkı sağlamaktadır (18).

- Sanayi alanlarında çeşitli dönemlerde istihdamda azalma görülebilmektedir. Fakat süreklilik üzerine tesis edilen turizmde faaliyetleri karşılamak için insan iş gücüne sürekli ihtiyaç vardır. Ayrıca gelen turist sayısının artışı restoran ve ilişkili işletmelerin de iş gücü ihtiyacına neden olacağı için istihdama büyük katkı sağlar (19).
- Sosyal ve siyasal gelişmeler direkt olarak turizme etki ettiği gibi turizm de bu alanlara doğrudan etki eder (19).

2.1.1. Turizmin Sınıflandırması

2.1.1.1. Coğrafi sınırlara göre

Turizm, olayı gerçekleştiren kişinin gittiği bölgeye göre iç ve dış turizm olarak ikiye ayrılır. Kişi turizm faaliyetini yaşadığı ülke içerisinde yapıyorsa iç turizm olarak adlandırılır. Yurt dışı çıkış işlemleri olmadığı için vize pasaport gibi işlemler söz konusu değildir. İç turizm ülke içerisinde para dağılımına katkı sağladığı ve bu sayede gelir düzeyini dengelediği son dönemlerde yapılan çalışmalarda gösterilmiştir (16).

Kişinin turizm faaliyetini yaşadığı ülke dışında gerçekleştirmesi dış turizm olarak adlandırılır. İç turizmden farklı olarak faaliyeti yapacak kişi gideceği ülkenin şartlarına göre vize ve pasaport işlemlerini gerçekleştirmek durumundadır. Dış turizmin en önemli özelliklerinden birisi de turistlerin ziyaret ettiği ülkeye döviz girişi sağlamasıdır (20,21).

2.1.1.2. Katılan kişi sayısına göre

Turizm aktivitelerine dahil olan birey sayısı baz alındığında sınıflandırma aşağıdaki gibidir;

Bireysel Turizm: Kişinin kendisi veya birinci derecede yakın aile bireyleriyle birlikte yaptıkları seyahat aktiviteleridir. Kendileri yaptıkları için tur seyahatlerinde olduğu gibi toplu olarak faaliyetler yapılmaz bireyler hareketlerine kendileri karar verirler (22).

Grup Turizmi: Katılımcı sayısının belirli olduğu toplu şekilde yapılan turizm faaliyetleridir (23).

Kitlesel Turizm: Turizm faaliyetini gerçekleştiren kişilerin neredeyse tüm aktiviteleri beraber yaptığı hatta beraber yapmaları için özendirildiği turizm türüdür.

Son yıllarda yapılan turizm çoğunlukla bu şekilde olmaktadır. Paket turlar bunlara örnek verilebilir (8,10).

2.1.1.3. Katılanların yaşlarına göre

Turizmin sınıflandırılmasında bir diğer etken de yaştır. İnsanların turizm planlamaları yaşlarına bağlı olarak değişiklik göstermektedir. Yaşa bağlı olan sınıflama da ‘‘gençlik turizmi’’, ‘‘orta yaş turizmi’’ ve ‘‘üçüncü yaş turizmi’’ olarak üçe ayrılır (20).

Gençlik Turizmi: Aile fertleri ya da arkadaşları olmadan kendi imkanlarıyla gençlerin yaptıkları turizmdir. Hedef kitlenin durumuna bağlı olarak maliyeti en düşük turizm aktivitelerindendir. Yaş aralığı 15-24 arasında genç bireylerin yaptıkları seyahatlerdir (24).

Orta Yaş Turizmi: Bu grup ise daha çok ailesel ve sosyo-ekonomik boyutlara uygun tatil planı yapmaktadır. Gidilecek yerin aile için uygunluğu ve bütçe tatil planı belirlemede en büyük etkindir. Yaş aralığı 25-60 arası olanlar bu sınıflandırmanın sınırlarını oluşturur. Genel anlamda çocuk sahibi oldukları için turizm faaliyetlerini çoğunlukla yaz sezonunda yaparlar (10).

Üçüncü Yaş Turizmi: Ülkelerin refah düzeylerine bağlı olarak ölüm yaşlarının değişmesi sebebiyle bazı kaynaklar bu gruba 50 yaşı da dahil etmektedir. Fakat genel anlamda 60 ve üzeri yaş grubu kabul görmektedir. İleri yaş önemli bir faktör olduğu için destinasyon seçiminde özellikle sağlık alt yapısı dikkati çekmektedir (8,25).

2.1.1.4. Mevsimsel özelliklere göre

Turizm faaliyetinin yapıldığı zamana göre yaz ve kış turizmi olarak ikiye ayrılır. Yaz Turizmi faaliyetlerinin daha çok deniz, kum ve plaj çevresinde olduğu görülmektedir (20).

Kış turizmi, özellikle kış sporları üzerine yoğun aktiviteler olan turizm şeklidir. Özellikle maceraperest ve doğa severler tarafından yapılmaktadır (26).

2.1.1.5. Sosyo-ekonomik düzeylerine göre

Seyahat eden kişilerin turizm faaliyetlerine etki eden sosyo-ekonomik düzeylerinin etkisini gösteren sınıflama türüdür. Sosyal turizm, geleneksel turizm ve lüks turizm olarak bölümlere ayrılır (8,10,27).

2.1.1.6. Amaçlara göre

Turizm faaliyetleri, kişinin yaşı, sosyo-ekonomik düzeyi, seyahatten beklentisi gibi birçok sebebe bağlı olarak değişkenlik gösterir. Bu nedenlerden yola çıkarak aşağıdaki gibi sınıflandırma yapılabilir (24). Kongre, iş, spor, kültür, inanç, eğlence, deniz, mağara, akarsu ve yayla turizmi olarak amaçlara göre bölümlere ayrılabilir (8,10,22,24,26,28,29).

2.1.2. Turistik Ürünü Oluşturan Dinamikler

Turistik ürün, kişilerin tatil süresi boyunca ihtiyaç duydukları tüm gereksinimlerin ve destinasyondaki arz talebinin tamamını ifade eder. Herhangi bir bölgenin turistik bölge olabilmesi için turistik ürünü oluşturan tüm dinamiklerin özelliklerini göstermesi gerekmektedir. Bunlar; çekicilik, ulaşılabilirlik, etkinlikler, turizm işletmeleri ve imaj şeklinde sınıflandırılır (30,31).

2.1.2.1 Çekicilik

Çekicilik, bir turistik ürünü diğerlerinden ayıran özellikler olarak nitelendirilebilir. Turistik bölgenin sosyo-kültürel seviyesi, tarihi dokusu, gelecek turistlerle ilgili gerek dini gerek tarihi bağlantılar gibi sebepler çekiciliği etkileyen faktörlerdir (10).

2.1.2.2. Ulaşılabilirlik

Ulaşılabilirlik, çekici olan bir destinasyona kolayca ve maddi yönden uygun bir şekilde ulaşma olarak tanımlanabilir. Bir bölge oldukça çekici olsa dahi ulaşımı uygun olmadığı için zaman pazarlanması konusunda oldukça sıkıntı oluşturabilir. Özellikle dünya nüfusunun yaşlandığı göz önüne alınırsa ulaşım oldukça dikkate alınması gereken bir faktör olarak görülmelidir (31,32).

2.1.2.3. Etkinlikler

Turistik bölgede yapılacak her türlü organizasyon o bölge için seçilme açısından artı puan olacaktır. Festivaller, spor organizasyonları, yat turları, safari turları, fuarlar buna örnek verilebilir. Brezilya’da yapılan Rio karnavalı sayesinde bu bölge her yıl milyonlarca turist ağırlamaktadır (10,33).

2.1.2.4. Turizm işletmeleri

Turistik alanlar birbirini tamamlayan çeşitli işletmelerden oluşmaktadır. Bunlar ulaştırma, konaklama, yiyecek-içecek işletmeleri olarak ana başlıklar altında ele alınabilir. Bunlar içinde en önemlisi ulaştırmadır. (10,34).

2.1.2.5. İmaj

İmaj bir yerden bir şeyden bahsedince zihnimizde oluşan resme verilen isim olarak adlandırılabilir. Örneğin Antalya denilince, kum, güneş imajı vardır. Bunun oluşması da zamanla kişilerin tecrübesi sonucu ortaya çıkar (10,35).

2.2. Sağlık

Dünya sağlık örgütü tarafından sağlık ‘‘Sadece hastalık ve sakatlığın olmayışı değil; beden, ruhen ve sosyal yönden tam bir iyilik halidir.’’ şeklinde tanımlanmıştır. Sosyal yönden tam bir iyilik halinin ilk koşulu ise kişinin sosyal hayatının sağlıklı olmasıdır. Hayat güvencesinin olmadığı ve iş bulma güçlükleri, ülkedeki milli gelirin az olması gibi durumlarda ise oluşan stres dolayısıyla bu mümkün olmamaktadır (36). Ayrıca vücut dengesinin de uyumlu bir şekilde çalışması gerekmektedir. Homeostaz devamlı ve hareketli bir denge durumunu ifade eder. Dinamik denge vücudun beslenme ve bu besinleri yararlı kullanabilme durumuna bağlı olarak değişiklik gösterebilir. Kaliteli ve uzun hayatın anahtarı tüm bu dengelerin düzenli çalışmasına bağlıdır (37).

2.3. Sağlık Turizmi

Sağlık turizmi, bireylerin koruyucu, tedavi edici, rehabilite edici ve sağlıklı geliştirici hizmetleri almak amacı ile yaşadıkları ülke dışında bir ülkeye ziyaretleridir. Sağlık turizmi, sadece sağlık kuruluşları değil, aynı zamanda uluslararası hareketliliğin yöneldiği bölgenin otel, restoran, market, alışveriş merkezi gibi bütün alanlara da ekonomik katkı sağlayan ve böylece ülke ekonomisinin de büyümesine imkân veren bir sektördür (38). Sağlık turizmi, sağlık alt yapılarının gelişmesi ve turizmin küreselleşmesi sonucu ekonomik olarak sürekli gelişen çok büyük bir pazara dönüşmektedir (39).

Sağlık turizmi hakkında pek çok tanım bulunmaktadır. Bazı tanımlamalar sadece medikal turizm üzerine yoğunlaşırken (40), bazıları ise tedavi edici özelliğinin yanında terapi sağlayıcı özelliği üzerine de durmuşlardır (41). Megablih (42) sağlık turizmini

bireylerin yaşadıkları yer dışında sağlık hizmeti almak amacıyla yaptıkları konaklamalı turizm çeşidi olarak tanımlamıştır. Konaklamanın 1 günden fazla ve 1 yıldan da az olması şartını belirtmiştir.

Goeldner ve Kaspar (43,44) sağlık turizmi tasvirini yapabilmek için iki temel unsur belirtmişlerdir; birincisi konaklamak ikincisi ise faaliyetin sağlık sorunu temelli olmasıdır. Bu tanımlara ilave olarak da Goeldner sağlık turizmi faaliyetini gerçekleştirirken eğlence ortamında da olabileceğini eklemiştir.

Günümüz dünyasında önemi gittikçe artan sağlık turizmi iki farklı hizmet sektörünün bileşiminden oluşmuştur. Turizm genel anlamda zorunluluk arz etmeyip aktiviteler içermekte iken, sağlık ise yaşam kalitesini arttırmayı amaçlayan bir alandır. Bu sebepten dolayı birbirinden bağımsız faaliyet olan iki alanının birleşmesi olarak tanımlanabilir (45).

Sağlık turizminin yapılma amacı ve özelliğine göre 4 türü bulunur. Bunlar;

- Medikal turizm
- Termal sağlık turizmi
- Yaşlı turizmi
- Engelli turizmidir (38).

2.3.1. Medikal turizm

Medikal turizm bakanlık tarafından belirlenmiş 5 farklı alan olarak sınıflandırılmıştır. Bunlar;

- İleri tedaviler (Kardiyovasküler cerrahi, Radyoterapi, cyberknife vb.)
- Transplantasyon
- İnfertilite (Tüp bebek, in vitro fertilizasyon (IVF) uygulamaları)
- Estetik cerrahi
- Göz, diş, diyaliz tedavileri vb (46).

Medikal turizm özellikle milenyumdan sonra ortaya çıkan bir tanımlamadır. Yaşadıkları yer dışında başka ülkeye tıbben tedavi almaya giden kişilerin, gittikleri yerlerde destinasyonun diğer avantajlarını da kullanarak yaptıkları seyahatlerdir. Medikal turizm gidilen yerde tatil imkânı sunarken aynı zamanda tedavi olanağı da sağlayan, tıp ve turizm gibi dinamikleri farklı iki sektörü birleştiren bir turizm çeşididir (47).

Gelişmiş ülkelerde sigorta ve sağlık hizmetlerinin pahalı olması nedeniyle diğer ülkelerin fiyat avantajları medikal turizmin gittikçe artmasının ana nedenlerinin başında gelmektedir. Ulaşımın kolaylaşması ise diğer bir faktördür. Bununla beraber kişilerin ülkelerinde yasal olarak uygulanmayan veya uygulaması bulunmayan tedavilere diğer ülkelerde ulaşma imkânı yine ana nedenler arasında yer alır. Bu sayede ihtiyaç bulunan tedaviye daha kolay ve hızlı erişim sağlanabilmektedir. Kalite sağlık turizminde tercih nedeni olan olabilmektedir. Kişiler kendi ülkelerindeki sağlık hizmetinden daha kaliteli hizmet almak isteyebilirler. Ayrıca yararlanılan tedavinin başka yerde daha ileri teknoloji yardımıyla yapılması da sağlık turizminin nedenleri arasında bulunur. Tüm bu nedenlere ek olarak medikal gereksinimlerin karşılanması öncesi ve sonrasında kişinin tatil ihtiyacını da gidermek istemesi sayılabilir (47, 48, 49).

2.3.2. Termal sağlık turizmi

Termal turizm, başka bir deyişle kaplıca turizmi insanların yaşadıkları ülke dışında başka bir yerde diğer tedavi yöntemlerinin de destekleriyle mineralize olmuş suyun faydalarından yararlanmaları için yapılan uygulamalardır. Bu uygulamalar için inhalasyon, çamur banyosu veya mineralize suyu içmek gibi örnek verilebilir (50).

Ülkemiz konumu dolayısıyla dünyanın en önemli jeotermal kuşağı üzerinde bulunmaktadır. Bu açıdan bakıldığında doğal kaynak su zenginliği ve potansiyeli olarak Avrupa'da birinci, dünyada ise ilk yedi ülke arasındadır. Daha da önemlisi bu kaynaklarda suyun mineral zenginliği ve debisi oldukça uygundur. Maden Tetkik ve Arama Enstitüsü (MTA) çalışmalarına göre su sıcaklığı 20 ve 110 derece arası değişen 1500 civarı kaynak bulunmaktadır. Bu kaynakların çoğunluğunun doğal çıkışlı olması, mineral açısından kür tedavisine uygun olması ve kaynakların bulunduğu bölgelerin iklimlerinin de uygulama açısından uzun süreli konaklamaya uygun olması büyük avantaj sağlamaktadır. Türkiye'de sıcak su ve kaplıca olan bölgeler ve bu bölgelere ait bazı sayısal veriler Tablo 2.1'de belirtilmiştir (51).

Tablo 2.1 Türkiye’de sıcak su ve kaplıca olan bölgeler ve bu bölgelere ait bazı sayısal veriler (51)

Bölge Adı	Soğuk Sular (0-19°C)	Sıcak Sular (20-25°C)	Sıcak Sular (25-46°C)	Sıcak Sular (46-99°C)	Toplam
Marmara	7	8	8	30	53
Ege	5	17	28	31	81
İç Anadolu	10	10	14	17	51
Karadeniz	4	4	3	3	14
Akdeniz	1	3	2	-	6
Doğu, G.Doğu Anadolu	4	7	8	5	24
Toplam	31	49	63	86	229

Termal tedavi sadece hasta bireyler için değil sağlıklı kişilerde de terapi amacıyla yapılan uygulamalardır. Bu açıdan bakıldığında zaman ülkemiz hem sıcak iklim tipi olmasından kaynaklı hem de hali hazırda turizm konusunda oldukça iyi olmasından dolayı kişilerin tercihlerini Türkiye’den yana kullanmalarına sebep olabilmektedir (51).

Özellikle sağlıklı bireyler ülkemize geldikleri zaman var olan birçok tarihi eserleri gezebilmekte, doğal güzellikleri ziyaret edebilmektedirler. Bütün bu veriler göz önüne alındığında 700.000 yatak kapasitene ulaşılabileceği anlaşılmaktadır (52).

Avrupa’da termal turizm, sağlık turizminin önemli bir kısmını oluşturmaktadır. Doğal kaynak suları ve kaplıcaların sundukları hizmetle birlikte bulundukları ülkelerin genel turizm potansiyeli, ulaşımı, sosyo-ekonomik düzeyi, tarihi ve kültürel dokusu tercih edilmelerinde etkili olmaktadır (52).

Termal turizmde farklı uygulamalar bulunmaktadır. Bu uygulamaların niteliği kaplıca ve doğal kaynağın su bileşimine, birlikte uygulanan ek yöntemlere göre şekillenmekte ve buna göre adlandırılmaktadır. Ülkemizde de bu uygulamaları kapsayan çeşitli hizmetler sunulmaktadır (51).

Balneoterapi: Termal suların, gazların, çamurların kür şeklinde düzenli aralıklarla uygulanmasıyla yapılan bir tedavi yöntemidir. Balneoterapi şifalı termal sular, şifalı çamurlar, banyolar, içme kürleri, inhalasyonlar şeklinde uygulamaları içerisinde barındırır. Maden suyu içmek de buna örnek olarak verilebilir. Balneoterapi

amaçlı kullanılan kaynak su sıcaklığının en az 20 derece olmalıdır. Buna göre kaynaklarımızın çoğu bu terapi için elverişlidir (Tablo 2.1) (51).

Talassoterapi: Tedavi veya sağlığın korunması amacıyla deniz suyunun, kumun, deniz yosununun veya denizden elde edilen diğer maddelerin kullanılmasıyla uygulanan bir terapi yöntemidir. Deniz suyunun terapi amaçlı kullanımı çok eski zamanlara dayanmaktadır. Güncel yaşantımızda da kullanımı artmakta ve bu amaçla yeni işletmeler kurulmaktadır. Talassoterapi merkezinin kurulması için gerekli bazı şartlar bulunmaktadır. Kurulacak tesislerinin şartları yerine getirmesi ve denetimi sonrasında faaliyetlerine izin verilmektedir. Deniz suyunun en büyük avantajı içerisinde mineral barındırması ve buna bağlı suyunun kaldırma kuvvetinin tatlı suya göre daha çok olmasıdır. Böylece su içerisinde yapılan egzersizler daha kolay yapılmakta ve hastaların iyileşmesine katkı sağlamaktadır (53).

Bu uygulamalarda etkinliğini ve verimliliği arttırmak amacıyla destek uygulamalar yapılabilmektedir. Destekler arasında diyet, psikolojik tedavi gibi yöntemlerle beraber sıklıkla fizik tedavi ve rehabilitasyon hizmetleri verilebilmektedir (54).

Termal merkezde fizik tedavi ve rehabilitasyon hizmetleri kapsamında elektro tedavi ajanları, egzersizler ve çeşitli fizik tedavi yöntemleri uygulanmaktadır. Özellikle ortopedik, romatolojik rahatsızlıklar ve diğerler rahatsızlıklar nedeniyle insanların aldıkları termal tedavi hizmetine ek olarak fizik tedavinin en büyük ve en faydalı enstrümanı olan egzersiz tedavi edici, koruyucu ve sağlığı tamamlayıcı uygulamalar olarak kullanılmaktadır (54).

Egzersizler hastanın durumuna göre su içi veya su dışı yapılmaktadır. Hastanın kas gücünü artırılması, ağrısının giderilmesi, motor fonksiyonun artırılması ve bu sayede tedavide istenilen amaçlara ulaşılmasında katkılar sağlamaktadır. Egzersizler su içi yapılacaksa var olan veya eşlik eden hastalık durumuna göre değişmekle birlikte genel olarak komplikasyonu olmayan hastalarda havuz suyu sıcaklığının 34-35 derece olması gerekmektedir (55).

Termal tedaviler kür olarak uygulanabilirler. Kür, kişilerin tedavilerinin düzenli şekilde, belirli aralıklarla ve seri olarak uygulanmasıdır. Köken olarak bakım veya koruma anlamındadır. Termal tedavide kullanılan mineralli suların içilmesiyle içme kürleri uygulanmaktadır (55).

Deniz suyu, toprak ya da yeraltı ve yer üstü imkanların kullanılarak kaplıcaların da desteğiyle iklim özelliklerinin faydalarının tedavi edici etkisiyle yapılan uygulamalar

kaplıca tedavisi olarak adlandırılmaktadır. Uygunluğuna bağlı olarak çeşitli merkezlerde inhalasyon tedavileri de uygulanabilir. Bununla birlikte termal merkezde yapılan tedavi sırasında hekim kontrolünde kişilere ilaç verilmesi yoluyla medikal tedavi uygulanabilir. Peloidterapi adı verilen terapi yönteminde olduğu gibi doğal olaylar sonucu oluşan organik-inorganik maddelerin balneoterapi şeklinde uygulaması da yapılabilir (56).

2.3.3. Yaşlı turizmi

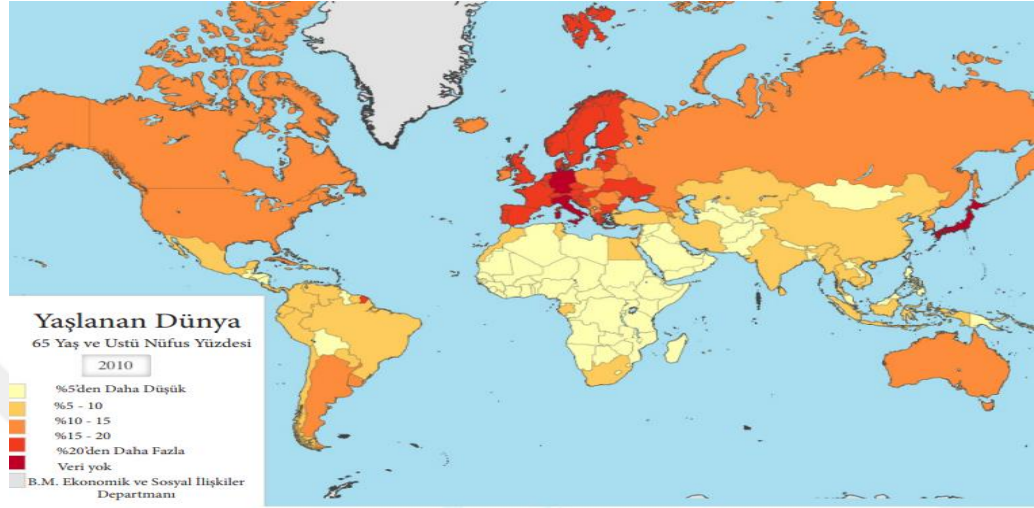
Ülkelere göre yaş gruplarının sınıflandırılmasında farklılıklar olsa da Dünya Sağlık Örgütü 65 yaş üzerini yaşlı olarak tanımlamaktadır. Bu yaş grubunun ihtiyaçları doğrultusunda yaşlı turizmi farklı hizmetleri içeren iki sınıfa ayrılır.

- İleri yaş turizmi (gezi turları, meşguliyet terapileri vb.) Üçüncü yaş turizmi olarak da adlandırılmaktadır.
- Yaşlı bakım hizmetleri (bakım evlerinde veya rehabilitasyon hizmetleri) (57)

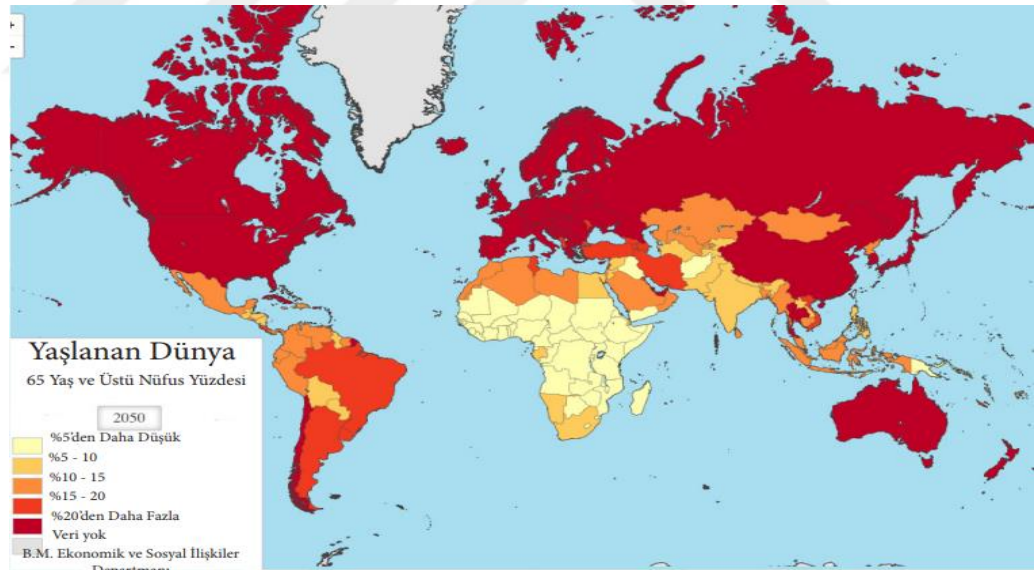
Ülkemiz gerek tarihi dokusu gerekse doğal güzellikleri açısından adeta gelen turistlere şölen sunmaktadır. Her mevsimin için uygun birçok destinasyon bulunması ve ayrıca geçmişten gelen kültürel bağlar sebebiyle birçok insan tarafından tercih edilmektedir. Ulaşımın artık daha kolay olması sebebiyle de yaşlılar için sorun teşkil etmemektedir.

Avrupa ülkelerinde yaş ortalaması artmaktadır. Bu durum gerekli şartların sağlanması ve hizmetlerin geliştirilmesiyle doğal ve tarihi özellikleri fazla olan ülkemiz için ileri yaş turizminde avantaj oluşturabilir. Bununla beraber kültürel farklılıktan ötürü Avrupa vatandaşları yaşlı bakımlarını genellikle evde yapmak yerine bu konuda profesyonel hizmet veren kurumları tercih etmektedirler. Bunun sonucu olarak da yaşlı bakım hizmetleri Türkiye gibi genç nüfusun yoğun olduğu ülkeler için ilgi çekici bir pazar haline gelmiştir. Ayrıca Avrupa'da yaşlı bakım ücretlerinin oldukça yüksek olması nedeniyle kişiler ve sigorta şirketleri bu hizmeti ucuz alabilecekleri ülkelere vatandaşlarını göndermektedir (38). Tercihle, gidilecek destinasyonda fizik tedavi uygulamalarının olması o bölge için ciddi bir avantaj sağlamaktadır. Özellikle insanlar ileri yaşlarda çeşitli eklem ağrıları, hareket sorunları gibi direkt olarak fizik tedavi ile ilgili sağlık problemleri yaşayabilmektedirler. Üçüncü yaş turizmine katılım gösteren kişiler iseler tatilin yanında kaliteli ekstra hizmet de beklemektedirler (57).

Gelecek yıllarda daha da artan yaşlı nüfus nedeniyle ileri yaş turizmi ve buradan pay almak daha da önemli olacaktır. Bu amaçla çeşitli çalışmalar yapılmakta ve öngörüler için yaş haritaları hazırlanmaktadır. İleri yaş turizminin önemi 2010 yılı geneli yaş haritası (Şekil 2.1) 2050 yılı geneli yaş projeksiyon (Şekil 2.2) haritasının karşılaştırması açıkça göstermektedir (57).



Şekil 2.1 Dünya 2010 yılı geneli yaş haritası



Şekil 2.2 Dünya 2050 yılı geneli yaş projeksiyon haritası

2.3.4. Engelli turizmi

Turizm genel anlamda fiziksel engeli olanlar için engel teşkil etmemelidir. Bununla beraber çeşitli engel durumları için kişiler farklı ülkelerden sağlık hizmeti almaktadır. Bu kapsamda engelli turizmi de iki ana başlık altında değerlendirilmektedir.

- Klinik otellerde rehabilitasyon hizmetleri
- Engelliler için özel bakım ve gezi turları (55)

Geçmişte pek de önemsenmeyen bir konu olan engelli bireyler, günümüz dünyasında artık düşünce tarzının da değişmesiyle toplumsal hayata daha çok adapte edilmeye başlanmıştır. Buna bağlı olarak turizm faaliyetlerinde de etkinlikleri artmıştır (55).

Özellikle spor faaliyetlerinin engellilere yönelik adaptasyonu sonucu paralimpik olimpiyatlarının yapılmasını ve ilgili faaliyetleri gerçekleştiren ülkeler için yeni bir kazanç kaynağı ortaya çıkmasını sağlamıştır. Günümüzde sponsorlar paralimpik olimpiyatlarına normal olimpiyatlara göre daha fazla ilgi göstermektedir. Buna karşın bu alanda yapılan çalışmalar halihazırda yeterli değildir. Özellikle ülkemizin özellikleri değerlendirilerek bu alanda çalışmaların artırılmasının ve ‘Paralimpik Turizmi’ adı altında ayrı bir sağlık turizmi alanı oluşturulmasının önemi üzerine ciddi talep ve görüşler bulunmaktadır (38,56). Bunun önemi son yıllarda ülkemizde yapılan bir çalışmada da vurgulanmaktadır. Çalışmada engelli çocuğu bulunan ailelerin tatil planlamalarıyla ilgili değerlendirmelere yer verilmiştir. Çalışmanın sonuçları ailelerin çocuklarının genel ve tıbbi bakım hizmetinin karşılanabileceği, el becerilerini geliştirebileceği ve daha da önemlisi özgür hareket etme ortamının sağlanacağı destinasyonların arayışı içerisinde olduklarını göstermektedir (58).

2.4. Sağlık Turizmi Etkileyen Faktörler

Küreselleşen dünyada sağlık turizmini farklı şekillerde etkileyen birçok etken vardır. Bunlar genel başlıklar altında şu şekilde sıralanabilir.

- Maliyet farklılıkları
- Teknoloji ve ulaşımdaki gelişmeler
- Kaliteli ağ
- Artan sağlık harcamaları
- Yasal düzenlemeler
- Akreditasyon
- Kalifiye insan kaynağı
- Sağlığın küreselleşmesi
- Doğal termal kaynaklar
- Artan yaşlılık (38)

Ülkeler arasında yapılan iş birlikleri, anlaşmalar, vize serbestisi, sigorta anlaşmaları ve ülkelerde kuruluşlara sağlanan kolaylıklar sağlık turizmini doğrudan veya dolaylı etkilemektedir (59). Seyahat konusunda kolaylıklar sağlanması, ülkede ulaşım ile ilgili sağlık turizmine katkı sağlayacak düzenlemelerin yapılması da önemli bir etken olarak karşımıza çıkmaktadır (60). Bununla birlikte kalite önemli bir şart olarak görülmekte ve dünyanın birçok yerinde bu çerçevede sağlık hizmetleri gelişmektedir. Hizmet kalite standartlarının artırılması, bu alanda rekabet ortamı oluşturmaktadır. Sağlık turizminde yer edinebilmek ve bu alanda dünyada iyi bir konuma gelebilmek için hem hizmet kalitesi hem de imkanlar bağlamında etkili ve sürekli çalışmalar yapmak zorunlu hale gelmiştir (59).

Sağlık turizminde farklı yerler, farklı alanlarda, farklı oranlarda gelişim sağlanmaktadır ve böylece bir alanda dünyada iyi bir paya sahip olamamışken farklı bir alanda en iyiler arasında olunabilmektedir (60).

Sağlık turizmini etkileyen diğer bir faktör ise finansmanıdır. Sağlık hizmeti finansmanında hem bireysel hem de bütçe kaynaklı güçlükler ve sağlanan imkanlar önemli bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Ülkelerin sosyal güvenlik kurumlarının vatandaşlarının yurtdışındaki tedavilerini karşılayıp karşılamamaları insanların sağlık turizmine yönelimini etkilemektedir (61).

Sağlık turizmindeki tercihleri, ülkelerin karşılıklı sosyal güvenlik ve ekonomik belirteçleri de önemli ölçüde etkilemektedir. Ülkeler arasında aynı tedavi için oluşan maliyet farklılıkları dikkat edilmesi gereken bir konudur. Bu farklılıklar bir ülkede belirli alanlarda tedavi maliyetinin çok yüksek olması, ülkenin sosyal güvenlik uygulamalarının tedaviyi karşılamaması ve bu durumda başka ülkede daha kaliteli tedaviyi daha uygun fiyata alma imkanının oluşması gibi faktörler insanları sağlık turizmine yönlendirebilmektedir. Ayrıca karşılıklı döviz kurlarının durumu da finansmanı sağlayacak olan kamu sosyal güvenlik kurumları, sigorta şirketleri ya da bireyler için sağlık turizmi konusunda destinasyon tercihlerinin belirlenmesinde etkilidir. Bütün bu faktörler dünyada sağlık turizmi kavramının dinamiklerinin aktivitesini ve önemini giderek artırmıştır (61).

Tedavi, konaklama, beslenme gibi faktörlerin belirlediği bir turizm ağında uluslararası kalite standartlarına sahip olmak da sağlık turizmi için pozitif bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır.

Son zamanlarda dünya genelinde artan sağlık harcamaları sağlık turizmini harekete geçirmiştir. Ülkemiz de dahil olmak üzere birçok ülke gelecekte yüzlerce milyar dolarlık bir bütçeye sahip olacak sağlık turizmi ekonomisinden mümkün olan en yüksek payı alabilmek için yasal düzenlemelerle desteklenen teşvik programları geliştirmektedirler. Ülkelerin hem genel hem de sağlık turizmi özelinde yaptığı yapıcı yasal düzenlemeler de turistleri ve turistlere hizmet veren yerli ve yabancı özel ve kamu kuruluşlarını kendi ülkelerine çekmek için önemli bir yapı taşıdır (61).

İnsanların tercihlerini belirlerken kalite sorgulamasını objektif şekilde yapabileceği bir platformlar kaçınılmaz olarak gereklidir. İşte tam da bu noktada ‘Akredite Sağlık Örgütleri’ devreye girmekte ve belirli standartlara göre yaptığı değerlendirmeler sonucunda elde edilen verileri insanların bilgilerine sunmaktadır. Bu nedenle akredite sağlık örgütlerinin değerlendirmelerinden iyi sonuçlar elde etmek sağlık turizminde kaynak sağlama açısından çok büyük önem arz etmektedir. Kaliteli hizmet için çalışma yapmak ve sürekli geliştirmek bu alanda dünyada yer edinebilmek için zorunlu hale gelmiştir (62).

Doğal termal kaynaklar da sağlık turizmi yapmayı düşünen kişilerin yönelimlerini arttıran önemli bir potansiyel oluşturmaktadır. Sağlık turizminde ayrı bir ana başlık olarak değerlendirilen termal sağlık turizmi doğal kaynakların ne kadar önemli olduğunu göstermektedir (38).

Önemli bir başka faktör de dünyada giderek artma eğilimi gösteren yaşlılıktır. Yaşlı turizmi de sağlık turizminin ana başlıkları altında bulunmaktadır. Bazı ülkeler yaşlı bakımının oluşturduğu maliyetlerden dolayı bu alanda insanları başka ülkelere yönlendirme eğilimine dahi girmişlerdir (38).

2.5. Akreditasyon

Akreditasyon uygunluk değerlendirme kuruluşlarınca gerçekleştirilen çalışmaların ve dolayısıyla bu çalışmalar sonucunda düzenledikleri uygunluk teyit belgelerinin (deney ve muayene raporları, kalibrasyon sertifikaları, yönetim sistemi belgeleri, ürün belgeleri, personel belgeleri, vb.) güvenilirliğini ve geçerliliğini desteklemek amacıyla oluşturulmuş bir kalite altyapısıdır. Dolayısıyla iyi bir akreditasyon değerlendirmesine sahip uygulama merkezleri, özellikle ülke dışından sağlık turizmi yapmayı düşünen bireylerin ve şirketlerin dikkatini çekme konusunda büyük avantaja sahiptir. Akreditasyon çalışmalarının sonuçları objektiftir. Bu nedenle

pozitif değerlendirme sonuçları merkezlere karşı güvenilirliği arttırmakta en önemli basamaklardan biridir (62).

Turizm amaçlı 1970'lerde yıllık gezen 70 milyonluk insan nüfusu zamanla 1 milyarın üzerindeki rakamlara ulaşmıştır. Doğal olarak insanlar ülkelerinde faydalanmakta oldukları hizmet standartlarını gittikleri ülkelerde de aramışlardır. Kalite bilinci öncelikli olarak ABD ve Avrupa ülkelerinde gelişmiş ve yayılmıştır. Küreselleşme, teknoloji ve kalite bilincinin artması ile her alanda olduğu gibi sağlık alanında da standartlara ihtiyaç duyulmuştur. Sağlık turizmi pastasındaki yıllık 130 milyar dolara erişen rakamlardan daha fazla pay almak için kalite standartlarını karşılamak zorunlu hale gelmiştir. Böylece "Joint Commission International" (JCI) gibi sağlık alanında uluslararası standartları belirleyen ve uygulamalarını denetleyen kuruluşlar ortaya çıkmıştır (62,63).

Fizik tedavi ve rehabilitasyon merkezleri için ayrıca CARF (Commission on Accreditation of Rehabilitation Facilities) akreditasyonu önem arz etmektedir. Akredite olacak olan merkez başvurusunu yaptıktan sonra gerekli incelemeler yapılır ve merkez uygunsa şayet yetkili kişiler tarafından belirli süre için akreditasyon belgesi verilir. Süreç başlıca dokuz adımdan oluşur. İlk temasa geçildikten sonra merkez öncelikle kendini değerlendirmeye alır. Daha sonra sırasıyla ücret ödenmesi, CARF anket değerlendirmeleri şeklinde devam eder ve gerekli koşullar sağlanırsa merkeze belgesi verilir. Belgenin geçerlilik süresi bir yıldır. CARF akreditasyon sertifikası özellikle kronik ağrı ile başa çıkma ve yaşam kalitesinin artırılmasına üzerine yoğunlaşmıştır (64,65).

2.5.1. JCI Akreditasyon

JCI; sağlık hizmetlerinin kalitesini ve güvenliğini artırmaya odaklanmış, kâr amacı gütmeyen Joint Commission on Accreditation of Healthcare Organizations (JCAHO) kurumunun uluslararası akreditasyon hizmetleri için oluşturulmuş birimidir. Tüm hastane birimlerini kapsar (62).

JCI akreditasyonu, küresel sağlık bakımından altın standart şeklinde ifade edilir. JCI sağlık akreditasyonu, sağlık kurumlarının kalite sistemlerinin toplam kalite yönetimi ilkeleri esas alınarak meydana getirilmiştir. Kuruluşlar JCI modelinde incelenmekte ve alakalı sağlık kuruluşunun ISO 9001 kalite güvence ağını bu model kapsamında geliştirmesini amaçlamaktadır. JCI akreditasyonu kurum faaliyetlerinin izlenebilirliğini ve bunun sonucunda elde edilen verilerin sürekli güncelleme ve

geliştirme amacıyla kullanılmasını sağlar. Akreditasyon sürecinde personel eğitiminden, bilgi ve hasta güvenliğine kadar değişen birçok başlık bulunmaktadır (63).

JCI akreditasyonun geçerlilik süresi üç yıldır. Bitince kurumlar yine başvuru yaparak uygunluğu sağlamak şartıyla tekrar belgeye sahip olabilirler. Eğer akreditasyon süresi esnasında firma yapısında, mülkiyetinde ya da hizmetlerinde bir değişiklik geçirirse, akreditasyon kuruluşunu bilgilendirmek zorundadır. O zaman JCI, kuruluşun yeniden araştırılması ve yeni bir akreditasyon kararının alınması gerekliliğini belirleyecektir (62,63).

2.6. Sağlık Turizminin Faydaları

Sağlık turizminin faydalarını soyut ve somut olmak üzere iki ana başlık altında toplamak mümkündür.

Soyut faydaları:

- Gelen kişilerin memnuniyeti sağlanır.
- Ülkedeki özel sağlık kurumları ve kamu sağlık kurumları arasında koordinasyonu sağlar.
- Diğer ülkelerle rekabet olanağı sağlar.
- Global anlamda ticareti geliştirir.
- Ülkeler arası iletişimin iyileşmesine katkıda bulunur.
- Başka ülkelere gelen insanlar sebebiyle bilgi alışverişi sağlanır.
- Tıbbi hizmetler ile turizm hizmetlerinin koordinasyonunu sağlar.
- Ülkenin imajına katkı sağlayarak daha saygın bir ülke olmasına olanak tanır.

Somut Faydaları:

-Turizmin belirli zamanda olmasından ziyade tüm yıla yayılmasını sağlar böylece ülkedeki işsizlik sorununu çözmeye büyük katkı sağlar.

- Diğer ülkelerle sağlık bilgileri paylaşılmasına olanak sağlar.
- Sağlık alanında yapılan hizmetler sayesinde hem diğer ülkelerle teknoloji alışverişi artar hem de bu sayede karşılıklı avantajlı ortaklıklar gelişir.

-Ülkeye döviz girdisi olduğundan, insanların yaşam seviyelerinin artmasını sağlar.

-Sağlık turizme paralel olarak ülkedeki sağlık hizmetleri gelişir ve vatandaşların daha kaliteli hizmet almalarını sağlar.

-Kur farkından kaynaklı ülkelere sağlık hizmetlerinde maliyet avantajı sağlar (66).

2.7. Dünyada Sağlık Turizmi

Sağlık turizminde bazı ülkeler kaynaklarından dolayı bazı ülkelere gelen hastaların talepleri doğrultusundan belli alanlarda daha çok hasta kabul etmektedirler. Asya kıtasına medikal turizmde diğer kıtalara oranla daha çok hasta gitmektedir. Yılda ortalama 1,3 milyon Avrupalı turist medikal turizm amaçlı bölgeye gelmekte özellikle Malezya, Tayland ve Hindistan'ı tercih etmektedirler. Malezya dini inanç bakımından daha yakın olduğu için orta doğu insanı daha çok burayı tercih etmektedir. Singapur ise Japonya için ilk tercih sırasındadır (67,68).

Hasta talepleri yönünden medikal turizmin ana uygulamaları olarak kozmetik cerrahi, ortopedik tedavi, kalp cerrahisi ve diş tedavileri olarak gösterilebilir. Bu tedavi uygulamalarının seçilmesinin ana sebepleri gittikleri ülkede daha ucuz, kaliteli, hızlı uygulamalar yapılmasıdır. Ayrıca kişilerin maddi durumu ve tedaviden beklentileri de seçim konusunda etkindir (61).

Hindistan çoğunlukla ortopedi, organ transferi ve kalp cerrahisinde hastaların tercih sebebi olmuştur. Ayrıca kendilerine özgü tedavi yöntemleri de bu konuda etkili olmuştur. Singapur kardiyoloji ve estetik cerrahide ön plana çıkmaktadır. Singapur'un tercih edilme sebeplerinden biri de kaliteli hizmet sunmalarıdır. Güney Kore ise günümüz hastalıklarından en tehlikeli olanlarından kanser tedavisinde gelişmiştir. Buna bağlı onkolojik hastaların tedavisinde en çok tercih sebebi olmuştur. Malezya ise gerek islami ülkeler için gerekse diğer ülkelerin vatandaşları için cazip bir merkezdir. Kendilerine özel akreditasyon sistemi olması ve vize sürelerinde bazı esnekliklerin olması tercih nedenleri arasındadır. Tayland cinsiyet değişimi ve kozmetik cerrahisinde daha çok tercih edilen bir ülkedir. Filipinler ise reklam işine ağırlık vermiş, doğal güzelliklerle beraber sağlık turizmi için cazibesi olan bir destinasyon olmuştur. Diğer bazı ülkeler ise gelen turistlerin ülkelerinde yasak olan uygulamaları da olduğu için turistler için tercih sebebi olmuştur (61,69,70). Genel olarak değerlendirildiğinde kozmetik cerrahi alanında birçok ülkenin hizmet sunduğu görülmektedir. Bunun ardından kardiyoloji, kardiyovasküler cerrahi, diş, ortopedi alanları göze çarpmaktadır (71).

Termal turizmde ise ön plana çıkan ülkeler; Japonya, Çin, Türkiye Cumhuriyetler, Arjantin, Fas, Tunus, Doğu-Güney-Orta Avrupa ve Meksika'dır. Termal turizm, kaynağı olan pek çok ülkede yapılan bir turizm türüdür. Bu sebeple de dünyada büyük bir pazara sahiptir (72). Almanya ve Macaristan'ı yıllık 10 milyon, Japonya'yı ise 12

milyon turist bu amaçla ziyaret etmektedir (67). Avrupa ve Amerika’da toplam pazar 25-30 milyar dolara ulaşabilmektedir. Dünya geneli ise 100 milyar dolar civarı olduğu tahmin edilmektedir (72). Termal otellerde konaklama verileri dikkate alındığında ABD, Almanya, Tayland ve Hindistan’ın ardından ülkemiz 5. Sırada yer almaktadır (51,52).

Sağlık turizmi gibi büyük bir pazardan her ülke pay almak için yatırımlarını bu doğrultuda düzenlemektedir. Amerika 2014 yılında sağlık turizminden giderleri 5,5 milyar dolar olmuştur (70).

2.8. Türkiye’de Sağlık Turizmi

Sağlık turizmi çeşitli bakanlıkların multidisipliner çalışması sonucu ortaya çıkan bir sektördür. Sağlık bakanlığı, kurumlarda çalışacak olan personelin istihdamını, kurumların kurulmasını, personelin eğitimini ve yapılan tesisin denetimini gerçekleştirir. Kültür ve turizm bakanlığı gelen kişilerin konakladıkları tesislerin denetiminden ve işlemlerinden sorumludur. Ayrıca turistik tesisler için nasıl bir yol izlemeleri gerektiği konusunda yardımcı olur. Ekonomi bakanlığı ise sağlık turizmi için gerekli ekonomi teşvikleri yönetir. Bunun yanında ülkeler arası ilişkilerle sağlık turizmin gelişmesine katkıda bulunur (73).

Ülkemizde sağlık turizmini geliştirmek amacıyla Sağlık Bakanlığı Temel Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü altında, 31/03/2010 tarih ve 18528 sayılı makam oluruyla Sağlık Turizm Birimi kurulmuştur. Daha sonra adı Sağlık Turizmi Koordinatörlüğü şeklinde değiştirilmiş ve tedavi hizmetleri genel müdürlüğüne aktarılmıştır. En son olarak da 02/11/2011 yılında sağlık hizmetleri genel müdürlüğü altında Sağlık Turizmi Daire Başkanlığı olarak yapılandırılmıştır (73).

Türkiye’de açıklanan kalkınma planlarında da sağlık turizmine yer verilmiştir. Bu amaç doğrultusunda neler yapılabileceği görüşülmüş ve teşvikler hangi boyutta olacağı kararlaştırılmıştır. Yapılan toplantılarda kamu ve özel sektör arası koordinasyonların nasıl geliştirileceği de belirlenmiştir. Türkiye gerek coğrafi konumu gerekse sağlık hizmetlerindeki kalitesinden dolayı sağlık turizmi potansiyeli çok yüksek bir ülkedir. Bu amaç doğrultusunda da iki defa uluslararası sağlık turizmi kongresi yapılmıştır. Kalkınma planlarında açıklanan hedef doğrultusunda 2023 yılında Türkiye sağlık turizminde ilk beş ülke arasına girmesi beklenmektedir (74).

Ülkemizde sağlık turizmi yapılanması açısından kurum kuruluşlara reklam, tanıtım, pazarlama, tercümanlık, hasta yol yardımı, belgelendirme, danışmanlık gibi

çeşitli alanlarda 400.000 dolara kadar değişen miktarlarda destekler sağlanmaktadır (75).

Son yıllarda daha da gelişim gösteren sağlık turizmi açısından Türkiye birçok avantaja sahiptir. Hastanelerimiz yeterli teçhizata ve yeterli alt yapıya sahiptir. Hastanede çalışan hekim ve diğer personellerin eğitim düzeyleri oldukça iyi durumdadır. Diğer ülkelere oranla fiyatın daha uygundur. Sağlık turizmi için gelen kişilere ayrıca doğal ve tarihi özellikleri sebebiyle tatil imkânı da sunmakta, tatil için de hava koşulları yılın çoğu zamanında elverişli olmaktadır. İç hava yolunun da gelişmesiyle birlikte ulaşımın rahat yapılmaktadır. Konaklama için kullanılan tesislerin kalite düzeyi yüksektir. İnsanların güvenle tedavi olmalarına imkân sağlayan akreditasyon sistemine sahip kurumların sayısı giderek artmaktadır. Sağlık turizminin gelişmesi için uygulanan teşvikler sağlanmaktadır. Sağlık turizmiyle birlikte diğer turizm çeşitlerinin sunulması ve kişilerin bu sayede aktiviteye dayalı turizm ihtiyaçlarını gidermesini sağlamaktadır (47).

Sağlık hizmeti almak isteyenler için Türkiye birçok alanda hizmet sunmaktadır. Plastik ve estetik cerrahi, diş tedavileri, saç ektirme, göz hastalıkları gibi alanların yanında ülkemizde ortopedi, kardiyoloji, kardiyovasküler cerrahi, beyin cerrahisi, onkoloji, dermatoloji, tüp bebek ve jinekoloji, kök hücre nakli gibi alanlarda da turizme yönelik tedavi seçenekleri sunulmaktadır (76).

Sağlık turizmi için Türkiye'ye gelen turist sayısı her yıl bir öncekine oranla artış göstermektedir. Gelen turist sayısı 2003 yılında 139.971 kişi iken bu sayı 2019 yılına geldiği zaman 662.082 kişiye kadar ulaşmıştır. Kişi sayının artışına bağlı döviz bazında kazanç da paralel olarak artış göstermiştir. Kişi başı sağlık harcaması ortalama 2 bin dolardan 12 bin dolara kadar ulaşabilmektedir. Kalkınma planlarında da belirlenen 2023 hedefinde Türkiye'ye 2 milyon sağlık turisti ve 20 milyar civarı kazanç hedeflenmiştir. Bu amaç doğrultusunda da teşvikler yapılmaktadır (47).

Hastaların ülkemizi tercih etmelerinde 5 ana neden bulunmaktadır. Nüfusunda Türklerin bulunduğu, sağlık çalışanı sayısı az olan ve sağlık alt yapısı yetersiz, talep edilen sağlık hizmetinin fiyatının çok pahalı olduğu ve bazı taleplerinde sigorta kapsamı dışında olduğu ülkelerin hastaları sağlık hizmeti için ülkemizi tercih etmektedirler. Bununla beraber gerekli alt yapısının olmaması nedeniyle sağlık hizmet alımının uzun süreler gerektirdiği ve karşılıklı anlaşma sonucu Türkiye'ye ücretsiz hasta gönderebilen ülkelerde bulunan hastalar ülkemize gelmektedir (77).

Türkiye sağlık turizminde sunulan hizmetin kişilere maliyeti açısından da bazı alanlarda avantajlara sahiptir (Tablo 2.2). Bazı alanlarda da maliyetler daha yüksek görünse de sunulacak sağlık hizmetinde gerekli alt yapı gelişmiştir ve kalite standartları sağlanmıştır. Ayrıca gelen turistlerin gezmesi için çok sayıda tarihi ve doğal güzelliği bulunmaktadır (78).

Tablo 2.2 Türkiye ve diğer ülkelerin fiyat karşılaştırması (78).

Medikal Prosedür	ABD	Kosta Rika	Hindistan	İsrail	Polonya	Türkiye
Kalp Ameliyatı	123.000	27.000	7.900	28.000	14.000	13.900
Anjiyoplasti	28.200	13.800	5.700	7.500	5.300	4.800
Aort Kapağı Değişimi	170.000	30000	9.500	28.500	19.000	17.200
Kalça Operasyonu	40.364	13.600	7.200	36.000	5.500	13.900
Diz Protezi	35.000	12.500	6.600	25.000	8.200	10.400
Diş İmplantı	2.500	800	900	1.200	925	1.100
Burun Estetiği	6.500	3.800	2.400	4.600	2.500	3.100
Yüz Gerdirme	11.000	4.500	3.500	6.800	4.000	6.700
Yağ Aldırma	5.500	2.800	2.800	2.500	1.800	3.000
Kornea Ameliyatı	17.500	9.800	2.800	-	-	7.000
Tüp Bebek	12.400	-	2.500	5.500	4.900	5.200

2.9. Sağlık Turizminde Antalya

Tedavi amaçlı ülkemize diğer ülkelerden gelen kişilerin tercih ettikleri iller bakımından turizm destinasyonlarının ilk sırada olduğu görülmektedir. Antalya, 2012 yılı verilerine göre 87162 sağlık amaçlı gelen kişi sayısı ile ilk sırada bulunmaktadır. İkinci sırada bulunan İstanbul'a ise 68842 kişi gelmiştir. Sağlık amaçlı Türkiye'ye gelen turistler çoğunlukla yaz aylarını tercih etmektedirler. Bu sayede tatil ihtiyaçlarını da

gidermeleri mümkün olmaktadır. Antalya’da bulunan özel ve kamu hastanelerine sağlık turistlerinin başvurularının daha fazla olduğu saptanmıştır (79). Antalya yılın on iki ayında turizm olan ve ulaşımı çok kolay olan bir tatil destinasyonudur. Antalya’ya sağlık turizmi amacıyla gelen turistlerin çoğunluğu kiş ve bahar aylarını seçmektedirler. İlde hizmet veren kaliteli sağlık kurumları olmakla birlikte tanıtımı tam anlamıyla yapılmamasından kaynaklı potansiyeli kadar sağlık turizmi gerçekleşmemektedir. Buna bir diğer neden ise sağlık turizmi için gelen kişilerle ilgilenecek personelin yeteri kadar profesyonel olmaması ve tur operatörlerinin bu konuda yeterince bilgilendirilmemesi gösterilebilir. Antalya için özellikle üzerinde durulması gereken alanlar diş, estetik cerrahi ve göz hastalıkları alanlarıdır (80).



3. YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Modeli

Sağlık turizmi yönünden fizyoterapi çalışanları ve öğrencilerinin algısı ile birlikte Antalya'da hizmet veren fizik tedavi ve rehabilitasyon birimlerinin analizinin yapıldığı bu araştırma, tarama modeli ile yapıldı. Tarama modeli, geçmişte olan ya da yaşanan dönemde var olan bir durumun olduğu şekliyle betimleyen araştırma yaklaşımıdır. Bu araştırma yaklaşımında araştırmaya konu olan durum, kişi, olay ya da nesne kendi koşulları içinde onları etkileme amacı olmadan incelenmektedir (81). Yaygın olarak kullanılan tarama araştırmaları, geniş gruplar üzerinde yürütülen, gruptaki bireylerin bir olgu ve olayla ilgili olarak görüşlerinin, algılarının tutumlarının belirlendiği, olgu ve olayların betimlenmeye çalışıldığı araştırmalardır. Araştırmacı burada var olan durumu ayrıntısıyla betimlemeye ve durum hakkında ayrıntılı bilgi vermeye çalışır. Tarama (survey) yöntemleri son yıllarda yaşamımızda oldukça yer etmekte ve çeşitli amaçlarla kullanılmaktadır (82).

3.2. Çalışmanın Amacı ve Önemi

Çalışmanın amacı fizyoterapi çalışanları ve öğrencilerinin sağlık turizm algılarının ne düzeyde olduğunu araştırılmasıdır. Ayrıca sağlık turizmi açısından büyük potansiyele sahip bir il olan Antalya'nın bu konudaki yeterlilik düzeyi alt yapı ve personel yönünden ölçülmüştür.

Günümüzde gerek teknolojinin gelişmesi gerekse insanların istekleri doğrultusunda turizm de değişik alanlara yönelmiştir. Bu alanların en başında da sağlık turizmi gelmektedir. Geleceğin en büyük pazarlarından birinin olması ön görülen sağlık turizmi pazarı gelişmeye çok açık bir alandır. Maddi olarak da ülkelere büyük katkısı olacak olan sağlık turizmi ayrıca ülkelerin refah düzeylerinde de yükselmeye yardımcı olacaktır.

Son dönemlerde birçok ülke bu alana yönelmiş olsa da halen büyük eksiklikler mevcuttur. Bunların giderilmesi için geç kalınmadan çalışmalara başlanmalı bu alanda çalışacak kalifiyeli elemanlar yetiştirilmelidir.

Sağlık turizmi içerisinde birçok alan fizik tedavi ve rehabilitasyonla doğrudan bağlantılıdır. Sağlık turizminde bir alan olarak çeşitli sağlık sorunlarında doğrudan hizmet vermesinin yanında, termal turizmde ek tedavi, bazı cerrahi operasyonlardan sonra rehabilitasyon hizmeti gibi katkılar da sağlamaktadır. Bütün bu sebeplerden ötürü

bu çalışma hem sağlık hizmetinde çalışan personelin nasıl olması gerektiğine hem de kurumların sahip olması gereken teçhizatların gelişmesine büyük katkı sağlayacaktır.

3.3. Evren ve Örneklem

Algı ile ilgili araştırmanın çalışma evrenini, Türkiye’de öğrenim gören sağlık bilimleri fakültesi öğrencileri (fizik tedavi ve rehabilitasyon öğrencileri), fizyoterapi çalışanları ve bu alana yönelik hizmet veren fizik tedavi rehabilitasyon birimleri oluşturmaktadır. Sağlık turizmi için yeterlilik ile ilgili araştırmanın örneklemi ise; Antalya, il sınırları içerisinde öğrenim gören Fizyoterapi ve rehabilitasyon öğrencileri, çalışanları ve aynı il sınırları içerisinde hizmet veren fizik tedavi rehabilitasyon birimleri oluşturmaktadır. Örneklem belirlenirken uygun örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Bu yöntemde araştırmacı kolay ulaşılabileceği bir örneklemden veri toplamaktadır (83).

3.4. Araştırmada Etik

Bilimsel araştırmalarda araştırmacının veri toplama sürecinde katılımcıların mahremiyetlerine önem gösterildi. Katılımcılara yöneltilen veri toplama araçlarında katılımcıların kişisel bilgileri ölçülmedi, araçlar bu bilgileri açığa çıkarmayan bir yapıda oluşturuldu. Araştırmacı veri toplama aracına bir açıklama ekleyerek katılımcılara çalışma hakkında bilgi aktarımı sağladı ve güvenli bir şekilde gönüllü olarak katılmasını sağladı (84). Bu araştırmada katılımcıların gönüllü olmasına bağlı kalınarak veri toplanmıştır. Araştırma Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi Tıp Fakültesi Klinik Etik Kurulunun 22/04/2020 Tarih ve 18-17 Sayılı kararı ile etik uygunluk alındıktan sonra yapılmıştır (EK 1).

3.5. Veri Toplama Araçları

Araştırmada Emir ve Durmaz’ın (2009) geliştirdikleri anketten yararlanılarak veri toplanmıştır (85). Bu anket formuna kategorik sorular eklenmiştir. Veri toplama sürecinde farklı katılımcılardan veri alındığı için anketin güvenilirlik analizi tekrar yapılmıştır. Yararlanılan anket formu beşli likert tipinde geliştirilmiştir. Anket, büyük gruplardan hızlı bir şekilde veri toplanmasına imkân tanımaktadır ve maliyeti de düşük olduğu için araştırmacılar tarafından fazla tercih edilmektedir. Araştırmalarda ilgiler, algılar ve görüşler, anket, ölçek, envanter ve test gibi ölçme araçlarıyla ölçülmektedir

(83). Anket formu internet ortamında www.online-anket.gen.tr sitesi aracılığıyla toplanmıştır.

3.6. Verilerin Analizi ve Değerlendirilmesi

Araştırmada internet aracılığıyla gerçekleştirilen veri toplama sürecinde elde edilen veriler, SPSS'e uyumlu olan bir dosya formatında indirilerek SPSS 24.0 paketli istatistik programına aktarılmış ve analiz işlemlerine başlanmıştır. İlk olarak hatalı cevap veren katılımcıların olup olmadığı kontrol edilmiştir. Toplam 557 katılımcıdan gelen dönütler içinde 4 katılımcının hatalı cevapladıkları (aynı soruda iki şık işaretli) ya da boş bıraktıkları tespit edilmiştir. Bu katılımcıların dönütleri analize dâhil edilmemiştir. Daha sonra güvenilirlik analizi test edilmiştir. Sonrasında frekans ve yüzde hesaplamalarıyla katılımcıların demografik değişkenlere göre dağılımı test edilmiştir. Bu sonuçlara bulgular ve yorumlar bölümünde tablolarda yer verilmiştir. Araştırmada algıyı, görüşü ölçen sorulara yönelik betimleyici istatistiklerden olan aritmetik ortalama alma, frekans ve yüzde belirleme hesaplamalarıyla katılımcıların cevapları analiz edilmiştir. Sonradan eklenen kategorik sorular için ise yine frekans ve yüzde hesaplamaları alınarak bar grafikleri oluşturulmuş ve bu sonuçlara bulgular ve yorumlar kısmında yer verilmiştir.

3.7. Araştırmanın Varsayımları

Sağlık turizmi yönünden fizyoterapi çalışanları, öğrencilerinin algısı ve Antalya'da hizmet veren fizik tedavi rehabilitasyon birimlerinin analizin gerçekleştirildiği bu araştırmanın varsayımları aşağıda sıralanmıştır.

- Araştırmaya katılım gösteren Fizyoterapi ve Rehabilitasyon öğrencilerinin sorulara içten ve yansız bir şekilde cevap verdikleri,
- Araştırmaya katılım gösteren Fizyoterapi ve Rehabilitasyon çalışanlarının sorulara içten ve samimi bir şekilde cevap verdikleri,
- Araştırmada veri toplama sürecinde yararlanılan katılımcıların sağlık turizmi alanına yönelik yeterli bilgi sahibi oldukları,
- Araştırmada veri toplama sürecinde yararlanılan katılımcıların Fizyoterapi ve Rehabilitasyon alanına yönelik yeterli bilgi sahibi oldukları varsayılmaktadır.

3.8. Araştırmanın Sınırları

- Araştırmanın veri toplama süreci zaman açısından 2019-2020 Eğitim Öğretim yılı ile sınırlıdır.
- Araştırmada veri toplama sürecine dâhil olan 553 katılımcı ile sınırlıdır.

3.9. Araştırmanın Problemleri

Sağlık turizmi yönünden fizyoterapi çalışanları, öğrencilerinin algısı ve Antalya’da hizmet veren fizik tedavi rehabilitasyon birimlerinin analizin gerçekleştirildiği bu araştırmanın temel problem cümlesi “Fizyoterapi çalışanları ve öğrencilerinin sağlık turizmüne yönelik algıları nasıldır?” ve “Antalya ili fizik tedavi ve rehabilitasyon merkezlerinin yeterliliği” nedir?” şeklinde oluşturulmuştur. Bu problem cümlesi doğrultusunda aşağıdaki alt problemler oluşturulmuştur.

1. Fizyoterapi ve Rehabilitasyon çalışanları ve öğrencilerinin, Türkiye’nin güvenilir, kültürel/değerler açısından ve termal kaynaklar açısından zengin ve şifalı suların bulunduğu bir tatil alanı olduğuna ilişkin algıları nasıldır?
2. Fizyoterapi ve Rehabilitasyon çalışanları ve öğrencilerinin, sağlık turizmüne yönelik seçimlerini etkileyen faktörler nelerdir?
3. Fizyoterapi ve Rehabilitasyon çalışanları ve öğrencilerinin, Türkiye’nin sağlık turizm alanında moda olduğuna, nezih olduğuna ve basındaki imajına ilişkin algıları nasıldır?
4. Antalya’da hizmet veren Fizik Tedavi ve Rehabilitasyon Merkezlerinin olanaklarına ilişkin Fizyoterapi ve Rehabilitasyon çalışanlarının görüşleri nelerdir?

4. BULGULAR

Ölçme aracının güvenirlik analizi için Cronbach alfa güvenirlik katsayısı hesaplaması gerçekleştirilmiştir. Ankette yer alan demografik değişkenler çıkarıldığında geriye kalan 18 maddenin Cronbach alfa güvenirlik katsayısı 0,79 olarak tespit edilmiştir (Tablo 4.1). Anket formunun oluşturulduğu araştırma incelendiğinde ise bu değer 0,78 olarak bulunduğu tespit edilmiştir (86). Bu değer anketin orijinal anketle hemen hemen aynı seviyede olduğu ve güvenilir bir ölçme aracı olduğunu göstermektedir. Cronbach alfa katsayısı 1'e yaklaştıkça ölçme aracındaki maddelerin iç tutarlığının yüksek olduğu ve güvenilir bir ölçme aracı olduğu belirtilmektedir (86).

Tablo 4.1 Veri Toplama Aracının Güvenirlik Analizi

Toplam Sayısı	Madde	Cronbach's α
18		0.79

Tablo 4.2 Katılımcılara İlişkin Demografik Veriler

Değişken		f	N	%
Cinsiyet	Kadın	379	553	%68
	Erkek	174		%32
Medeni Durum	Evli	120	553	%22
	Bekâr	433		%78
Yaş Grubu	18-29 Arası	465	553	%84
	30-39 Arası	75		%14
	40-49 Arası	13		%2,0
Eğitim Durumu	Lisans Öğrencisi	181	553	%32
	Lisans Mezunu	299		%54
	Yüksek Lisans Mezunu	54		%10
	Doktora Mezunu	19		%4,0
Meslekte Çalışma Yılı	Öğrenci-Intern	208	553	%38
	0-5 Yıl	239		%43
	6-10 Yıl	60		%11
	11 Yıl ve Üzeri	46		%8
Termal Tesiste Konaklama Deneyimi	Evet	259	553	%47
	Hayır	294		%53
Bilgi Sahibi Olma	Evet	318	553	%57
	Hayır	235		%43
Konaklama Süresi	0 Gün	283	553	%51
	1-4 Gün	150		%27
	5-8 Gün	52		%9,0
	9-12 Gün	27		%5,0
	13 Gün ve Üzeri	41		%8,0

Tablo 4.2 Katılımcılara İlişkin Demografik Veriler (Devamı)

Mesleki Pozisyonu	Öğrenci (Mezun)	208	553	%37
	Kamu Hastanesi	71		%13
	Özel Hastane	60		%11
	Özel Eğitim ve Rehabilitasyon Merkezi	131		%24
	Akademisyen	25		%4,0
	Diğer	58		%11

Araştırma katılımcılarının demografik değişkenlerinin yer aldığı Tablo 4.2 incelendiğinde; katılımcıların %68'inin (f=379) Kadın, %32'sinin (174) olduğu görülmektedir. Medeni grup değişkenine göre katılımcıların %22'sinin (f=120) evli, %78'inin ise Bekâr olduğu görülmektedir. Eğitim durumu değişkenine göre katılımcıların %32'sinin (f=181) lisans düzeyinde öğrenciliğine devam ettiği, %54'ünün (f=299) lisans mezunu olduğu, %10'unun (f=54) yüksek lisans mezunu ve %4'ünün ise doktora mezunu olduğu görülmektedir. Katılımcılardan meslek sahibi olanların içinde çoğunluk 0-5 yıllık tecrübeye sahiptir. Katılımcıların herhangi bir termal tesiste konaklama deneyimlerine ilişkin bulgular incelendiğinde %50'ye yakınının deneyim sahibi olduğu görülmektedir. Katılımcılar sağlık turizmi hakkında bilgi sahip olma değişkenine %57'lik bir oranla evet seçeneğini işaretlemişlerdir. Toplam 553 kişinin yarısından fazlası sağlık turizmi hakkında bilgi sahibidir. Bu bulgu son değişken olan mesleki bilgiyle ilişkilendirildiğinde genelinin sağlık kuruluşlarında çalışıyor olmasıyla açıklanabilir. Katılımcıların termal tesiste kalma süresi incelendiğinde ise; termal tesisler kalanlar içinde en fazla tercih edilen gün aralığının 1-4 gün olduğu görülmektedir. Bu bulgu, termal tesiste kalmaya karar verenlerin kısa süreyi daha çok tercih ettiği şeklinde ifade edilebilir.

Birinci alt probleme ilişkin bulgular.

Tablo 4.3 Anket Sorularına Verilen Cevaplara Göre Elde Edilen Bulgular

Anket Sorusu		Kesinlikle Katılıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Toplam	$\bar{x}$
1 Türkiye güvenilir bir tatil alanıdır.	f	20	41	147	259	86	553	3.63
	%	3.6	7.4	26.6	46.8	15.6	100	
2 Türkiye doğal ve kültürel değerler açısından zengindir.	f	11	2	10	190	340	553	4.53
	%	1.9	0.4	1.8	34.4	61.5	100	
3 Türkiye termal kaynaklar bakımından önemli bir merkezdir.	f	3	4	41	241	264	553	4.37
	%	0.5	0.7	7.4	43.6	47.8	100	
4 Türkiye'nin sahip olduğu termal kaynaklar şifalıdır.	f	5	10	90	286	162	553	4.07
	%	0.9	1.8	16.3	51.7	29.3	100	
5 Türkiye termal turizm alanında bir markadır.	f	13	75	198	195	72	553	3.43
	%	2.4	13.6	35.8	35.2	13.0	100	
6 Türkiye'de görsel kirlenmeye yol açan tabelaların yoğunluğu dikkat çekmektedir.	f	17	46	151	210	129	553	3.70
	%	3.1	8.3	27.3	38.0	23.3	100	
7 Termal tatil seçiminde arkadaş tavsiyesi etkilidir.	f	6	19	77	328	123	553	3.98
	%	1.1	3.4	13.9	59.3	22.2	100	
8 Termal tatil seçiminde daha önceki deneyimler etkilidir	f	5	5	23	304	216	553	4.30
	%	0.4	0.4	4.2	55.0	39.0	100	
9 Türkiye'de termal tatil seçiminde termal kaynakların bulunduğu iller ile ilgili internet siteleri etkilidir.	f	11	30	121	301	88	553	3.77
	%	2.0	5.4	22.2	54.5	15.9	100	
10 Termal tatil seçiminde turizm işletmelerinin reklamlarının etkisi vardır.	f	6	43	94	319	91	553	3.81
	%	1.1	7.8	17.0	57.7	16.5	100	
11 Basında Türkiye hakkında genel olarak olumlu görüşler yer almaktadır.	f	31	120	240	138	24	553	3.01
	%	5.6	21.7	43.4	25.0	4.3	100	
12 Türkiye'nin sağlık turizmi ile ilgili nezih bir imajı vardır.	f	19	96	232	175	31	553	3.19
	%	3.4	17.4	42.0	31.6	5.6	100	
13 Türkiye'de tatil yapmak bir modadır.	f	31	122	199	165	36	553	3.10
	%	5.6	22.1	36.0	29.8	6.5	100	

Tablo 4.3'te katılımcıların Türkiye'nin güvenilir bir tatil alanı olup olmadığına ilişkin yöneltilen anket sorusunda katılımcıların verdiği yanıtların aritmetik ortalaması, frekansları ve yüzde hesaplamalarına ilişkin bulgular yer almaktadır. Tablo 4.3 incelendiğinde katılımcıların Türkiye'yi güvenli bir tatil olarak görme algısının aritmetik ortalamasının $\bar{x}=3,63$ olduğu tespit edilmiştir. Bu bulgu fizyoterapi çalışanlarının ve öğrencilerinin “Katılıyorum” seçeneğine daha yakın oldukları ve Türkiye'nin güvenilir bir tatil alanı olduğuna yönelik algılarının olduğu şeklinde ifade edilebilir. Toplam 553 katılımcının %62,4'ünün “Katılıyorum” ve “Kesinlikle Katılıyorum” seçeneğini işaretledikleri görülmektedir. Bu bulgu, katılımcıların

%50'sinden fazlasının Türkiye'nin güvenilir bir tatil olduğu algısına sahip olduklarını göstermektedir.

Tablo 4.3'te Türkiye'nin doğal ve kültürel değerler açısından zengin olup olmadığına ilişkin yöneltilen anket sorusunda katılımcıların verdiği yanıtların aritmetik ortalaması, frekansları ve yüzde hesaplamalarına ilişkin bulgular yer almaktadır. Tablo 4.3 incelendiğinde katılımcıların Türkiye'yi doğal ve kültürel değerler açısından zengin olup olmadığına ilişkin yöneltilen anket sorusuna katılımcıların verdiği yanıtların aritmetik ortalaması $\bar{x}=4,53$ olduğu görölmektedir. Bu bulgu fizyoterapi çalışanlarının ve öğrencilerinin ilgili soruya “Katılıyorum” ve “Kesinlikle katılıyorum” arasında bir cevap verdikleri, dolayısıyla Türkiye'nin doğal ve kültürel değerler açısından zengin olduğuna ilişkin algılarının olduğu şeklinde ifade edilebilir. Katılımcıların %95,9'unun (f=530) bu iki seçenekten herhangi birini işaretledikleri görölmektedir. Katılımcıların %61,5'inin (f=340) ilgili maddeye yönelik görüşlerinin yüksek derecede olumlu olduğu görölmektedir.

Tablo 4.3'te Türkiye'nin termal kaynaklar bakımında önemli olup olmadığına ilişkin yöneltilen anket sorusunda katılımcıların verdiği yanıtların aritmetik ortalaması, frekansları ve yüzde hesaplamalarına ilişkin bulgular yer almaktadır. Tablo 4.3 incelendiğinde katılımcıların bu anket sorusuna verdiği yanıtların aritmetik ortalamasının $\bar{x}=4,37$ olduğu görölmektedir. Bu bulgu fizyoterapi çalışanlarının ve gören öğrencilerinin ilgili soruya “Katılıyorum” ve “Kesinlikle katılıyorum” arasında bir cevap verdikleri, dolayısıyla Türkiye'nin termal kaynaklar bakımında önemli olduğuna ilişkin algılarının olumlu yönde olduğu şeklinde ifade edilebilir. Katılımcıların %91,3'ünün (f=505) bu iki seçenekten herhangi birini işaretledikleri görölmektedir. Katılımcıların %43,6'sının (f=241) bu soruya katıldığını, %47,8'inin (f=264) ise kesinlikle katıldığını yani Türkiye'yi termal kaynaklar bakımından önemli olarak gördüğü ifade edilebilir.

Tablo 4.3'te Türkiye'nin sahip olduğu termal kaynakların şıfalı olup olmadığına ilişkin yöneltilen anket sorusunda katılımcıların verdiği yanıtların aritmetik ortalaması, frekansları ve yüzde hesaplamalarına ilişkin bulgular yer almaktadır. Tablo 4.3 incelendiğinde katılımcıların bu anket sorusuna verdiği yanıtların aritmetik ortalamasının $\bar{x}=4,07$ olduğu görölmektedir. Bu bulgu fizyoterapi çalışanlarının ve öğrencilerinin ilgili soruya yoğunlukla “Katılıyorum” şeklinde dönüt verdikleri, dolayısıyla Türkiye'de bulunan termal kaynakların şıfalı olduğuna ilişkin algılarının

olumlu yönde olduğu şeklinde ifade edilebilir. Katılımcıların %51,7'sinin (f=286) “Katılıyorum” şeklinde dönüt verdiği görülmektedir.

Tablo 4.3'te Türkiye'nin termal turizm alanında marka olup olmadığına ilişkin yöneltilen anket sorusunda katılımcıların verdiği yanıtların aritmetik ortalaması, frekansları ve yüzde hesaplamalarına ilişkin bulgular yer almaktadır. Tablo 4.3 incelendiğinde katılımcıların bu anket sorusuna verdiği yanıtların aritmetik ortalamasının $\bar{x}=3,43$ olduğu görülmektedir. Bu ortalama fizyoterapi çalışanlarının ve öğrencilerinin ilgili soruya yoğunlukla “Kararsızım” ile “Katılıyorum” arasında dönüt verdiklerini göstermektedir. Bu bulgu, Türkiye'nin termal turizm alanında marka olduğuna ilişkin algılarının olumluya yakın olduğu şeklinde ifade edilebilir. Katılımcıların %71'inin (f=393) bu iki seçeneğe dönüt verdiği görülmektedir. Bu bulgu, fizyoterapi çalışanlarının ve öğrencilerinin Türkiye'deki termal turizm alanında marka olduğu algısına sahip olan katılımcıların olduğu gibi bu hususta çekince duyan katılımcıların da olduğu şeklinde yorumlanabilir.

Tablo 4.3'te Türkiye'deki tabelaların görsel kirlenmeye yol açtığına yönelik olan yöneltilen sorusunda katılımcıların verdiği yanıtların aritmetik ortalaması, frekansları ve yüzde hesaplamalarına ilişkin bulgular yer almaktadır. Tablo 4.3 incelendiğinde katılımcıların bu anket sorusuna verdiği yanıtların aritmetik ortalamasının $\bar{x}=3,70$ olduğu görülmektedir. Bu ortalama fizyoterapi çalışanlarının ve öğrencilerinin ilgili soruya yoğunlukla “Kararsızım” ile “Katılıyorum” arasında dönüt verdiklerini ancak “Katılıyorum” seçeneğine daha yoğun bir şekilde yanıt verdiklerini göstermektedir. Bu bulgu, katılımcıların %61,3'ünün (f=329) Türkiye'deki tabelaların görsel kirlenmeye yol açtığı algısının olduğu görülmektedir.

İkinci alt probleme ilişkin bulgular ve yorumlar.

Tablo 4.3'te termal turizm termal tatil seçiminde arkadaş tavsiyesinin etkisine yönelik olan anket sorusunda katılımcıların verdiği yanıtların aritmetik ortalaması, frekansları ve yüzde hesaplamalarına ilişkin bulgular yer almaktadır. Tablo 4.3 incelendiğinde katılımcıların bu anket sorusuna verdiği yanıtların aritmetik ortalamasının $\bar{x}=3,98$ olduğu görülmektedir. Bu ortalama fizyoterapi çalışanlarının ve öğrencilerin bu soruya yoğunlukla “Katılıyorum” seçeneğine dönüt verdiklerini göstermektedir. Bu bulgu, katılımcıların termal turizm merkezlerini seçimi hususunda arkadaşlarının tavsiyesini dikkate aldığı şeklinde ifade edilebilir.

Tablo 4.3'te termal turizm termal tatil seçiminde önceki deneyimlerin etkisine yönelik olan anket sorusunda katılımcıların verdiği yanıtların aritmetik ortalaması,

frekansları ve yüzde hesaplamalarına ilişkin bulgular yer almaktadır. Tablo 4.3 incelendiğinde katılımcıların bu anket sorusuna verdiği yanıtların aritmetik ortalamasının $\bar{x}=4,30$ olduğu görülmektedir. Bu ortalama fizyoterapi çalışanlarının ve öğrencilerinin ilgili soruya yoğunlukla “Katılıyorum” ile “Kesinlikle Katılıyorum” arasında dönüt verdiklerini göstermektedir. Bu bulgu, katılımcıların termal turizm merkezlerini seçerken önceki deneyimlerden yola çıkarak hareket ettiği şeklinde ifade edilebilir. Katılımcıların %94’ünün (f=520) bu iki seçeneğe dönüt verdiği görülmektedir.

Tablo 4.3’te termal tatil seçiminde illerle ilgili internet sitelerinin etkisine yönelik olan anket sorusunda katılımcıların verdiği yanıtların aritmetik ortalaması, frekansları ve yüzde hesaplamalarına ilişkin bulgular yer almaktadır. Tablo 4.3 incelendiğinde katılımcıların bu anket sorusuna verdiği yanıtların aritmetik ortalamasının $\bar{x}=3,77$ olduğu görülmektedir. Bu ortalama fizyoterapi çalışanlarının ve öğrencilerinin ilgili soruya yoğunlukla “Kararsızım” ile “Katılıyorum” seçeneği arasında dönüt verdiklerini ve “Katılıyorum” seçeneğine daha baskın şekilde dönüt verdiklerini göstermektedir. Bu bulgu, katılımcıların termal turizm merkezlerini seçerken illerle ilgili internet sitelerinin etkisinin olduğu ancak bu hususta kararsız kalanların da (f=121) olduğunu göstermektedir. Termal tatil mekânların seçimi odağında sorulan diğer anket sorusunda (Tablo 4.3) katılımcılar deneyimlerine daha çok olumlu dönüt verdiği görülmektedir. Bu bulgu katılımcıların termal tatil mekânı seçiminde deneyimlerini daha ön planda tuttuğu şeklinde ifade edilebilir.

Tablo 4.3’te termal tatil seçiminde turizm işletmelerinin reklamlarının etkisine yönelik olan anket sorusunda katılımcıların verdiği yanıtların aritmetik ortalaması, frekansları ve yüzde hesaplamalarına ilişkin bulgular yer almaktadır. Tablo 4.3 incelendiğinde katılımcıların bu anket sorusuna verdiği yanıtların aritmetik ortalamasının $\bar{x}=3,81$ olduğu görülmektedir. Bu ortalama fizyoterapi çalışanlarının ve öğrencilerinin ilgili soruya yoğunlukla “Kararsızım” ile “Katılıyorum” seçeneği arasında dönüt verdiklerini ve “Katılıyorum” seçeneğine daha baskın şekilde dönüt verdiklerini göstermektedir. Bu bulgu, katılımcıların termal turizm merkezlerini seçerken illerle turizm işletmelerinin reklamlarının etkisinin olduğu ancak bu hususta kararsız kalanların da (f=94) olduğunu göstermektedir. Termal tatil mekânların seçimi odağında sorulan diğer anket sorularında (Tablo 4.3) katılımcıların öncelikle deneyimlerine daha çok olumlu dönüt verdiği, görülmektedir. Bu bulgu katılımcıların

termal tatil mekânı seçiminde deneyimlerini daha ön planda tuttuğu şeklinde ifade edilebilir.

Üçüncü alt probleme ilişkin bulgular ve yorumlar.

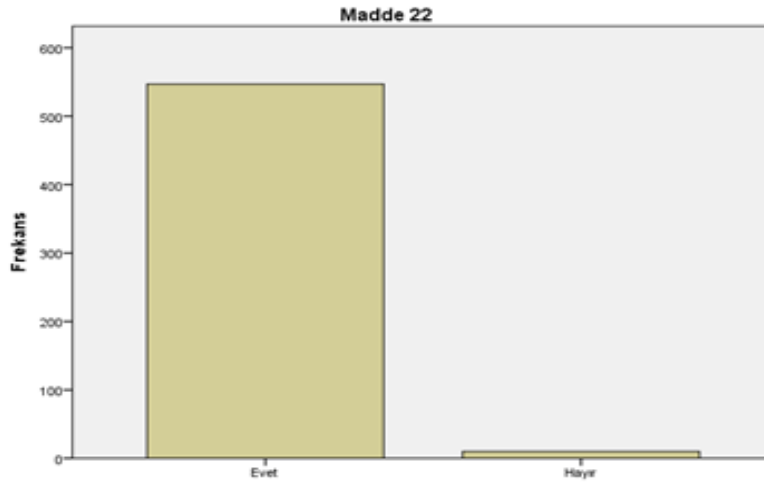
Tablo 4.3'te basında Türkiye hakkında genel olarak olumlu görüş olup olmadığına yönelik olan anket sorusunda katılımcıların verdiği yanıtların aritmetik ortalaması, frekansları ve yüzde hesaplamalarına ilişkin bulgular yer almaktadır. Tablo 13 incelendiğinde katılımcıların bu anket sorusuna verdiği yanıtların aritmetik ortalamasının $\bar{x}=3,01$ olduğu görülmektedir. Bu ortalama fizyoterapi çalışanlarının ve öğrencilerinin ilgili soruya yoğunlukla “Kararsızım” seçeneğine dönüt verdiklerini göstermektedir. Bu bulgu, katılımcıların çoğunluğunun basında Türkiye hakkındaki genel görünüşe ilişkin net bir fikrinin olmadığı şeklinde ifade edilebilir.

Tablo 4.3'te basında Türkiye'nin sağlık turizmiyle ilgili nezih bir imajı olup olmadığına ilişkin yöneltilen anket sorusunda katılımcıların verdiği yanıtların aritmetik ortalaması, frekansları ve yüzde hesaplamalarına ilişkin bulgular yer almaktadır. Tablo 4.3 incelendiğinde katılımcıların bu anket sorusuna verdiği yanıtların aritmetik ortalamasının $\bar{x}=3,19$ olduğu görülmektedir. Bu ortalama fizyoterapi çalışanlarının ve öğrencilerinin ilgili soruya yoğunlukla “Kararsızım” ile “Katılıyorum” arasında dönüt verdiklerini ve nicel açıdan karasız kalanlarının sayısının ($f=232$) daha fazla olduğunu göstermektedir. Bu bulgu, katılımcıların sağlık turizminin nezihliği hususunda net bir fikir sahibi olmadıkları şeklinde ifade edilebilir.

Tablo 4.3'te basında Türkiye'de tatil yapmanın moda olduğu algısına ilişkin yöneltilen anket sorusunda katılımcıların verdiği yanıtların aritmetik ortalaması, frekansları ve yüzde hesaplamalarına ilişkin bulgular yer almaktadır. Tablo 4.3 incelendiğinde katılımcıların bu anket sorusuna verdiği yanıtların aritmetik ortalamasının $\bar{x}=3,10$ olduğu görülmektedir. Bu ortalama fizyoterapi çalışanlarının ve öğrencilerinin ilgili soruya yoğunlukla “Kararsızım” ile “Katılıyorum” arasında dönüt verdiklerini ve nicel açıdan karasız kalanlarının sayısının ($f=199$) daha fazla olduğunu göstermektedir. Bu bulgu, katılımcıların çoğunluğunun Türkiye'de tatil yapmanın moda olduğuna ilişkin net bir fikir sahibi olmadıkları şeklinde ifade edilebilir.

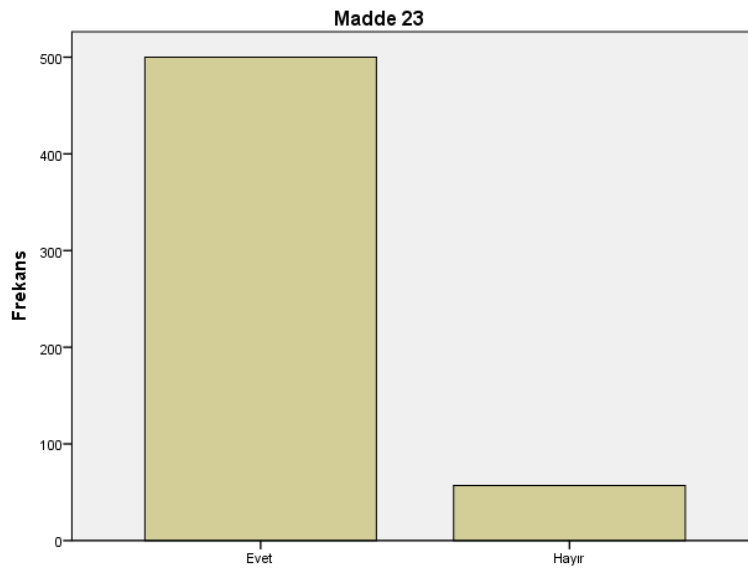
Araştırmada yararlanılan anket formunda likert tipi soruların haricinde çoktan seçmeli sorular ve Evet/Hayır seçeneğinin bulunduğu sorular da yer almaktadır. Bu sorulara verilen yanıtlar bar grafiği oluşturularak yorumlanmıştır.

Dördüncü alt probleme ilişkin bulgular.



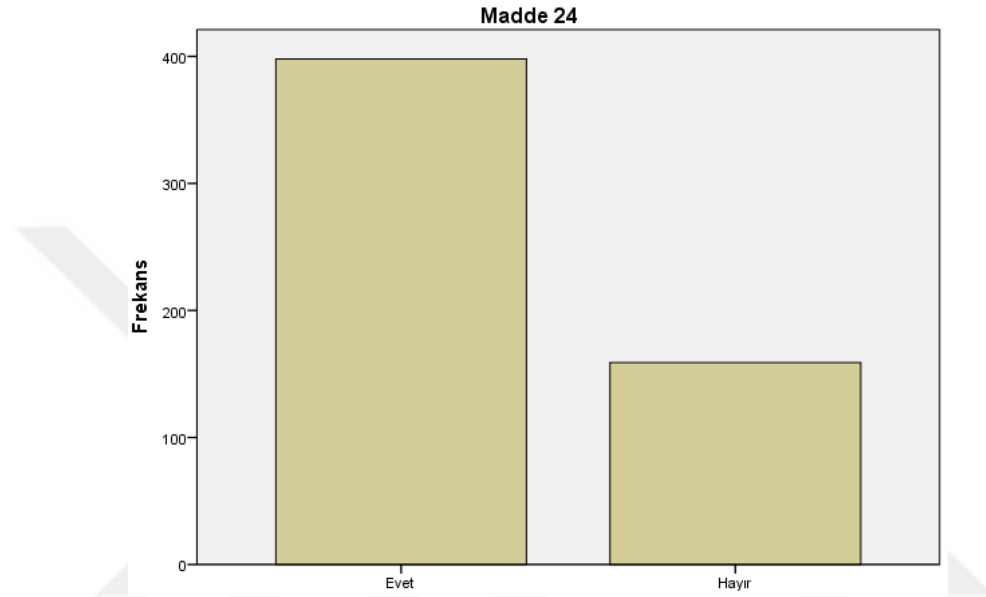
Şekil 4.1 Sağlık Turizmiyle İlgili Fizyoterapi ve Rehabilitasyon Eğitim ve Uygulamalarının Arttırılması Sağlık Turizminin Gelişmesini Sağladığına İlişkin Görüşler

Grafik 4.1’de Sağlık turizmiyle ilgili fizyoterapi ve rehabilitasyon eğitim ve uygulamalarının arttırılması sağlık turizminin gelişmesini sağlayıp sağlamadığına ilişkin bar grafiği yer almaktadır. Grafik incelendiğinde katılımcıların çoğunluğunun (f=543) fizyoterapi ve rehabilitasyon eğitimlerinin ve uygulamalarının arttırılmasının sağlık turizmini geliştirebileceği yönünde fikir belirtmişlerdir. Bu bulgu, katılımcıların sağlık turizmi alanındaki deneyimleri ve bilgi birikimleri göz önünde bulundurularak yorumlandığında sağlık turizmi alanında fizyoterapi ve rehabilitasyon eğitim ve uygulamalarının ciddi bir ihtiyaç olduğu ifade edilebilir.



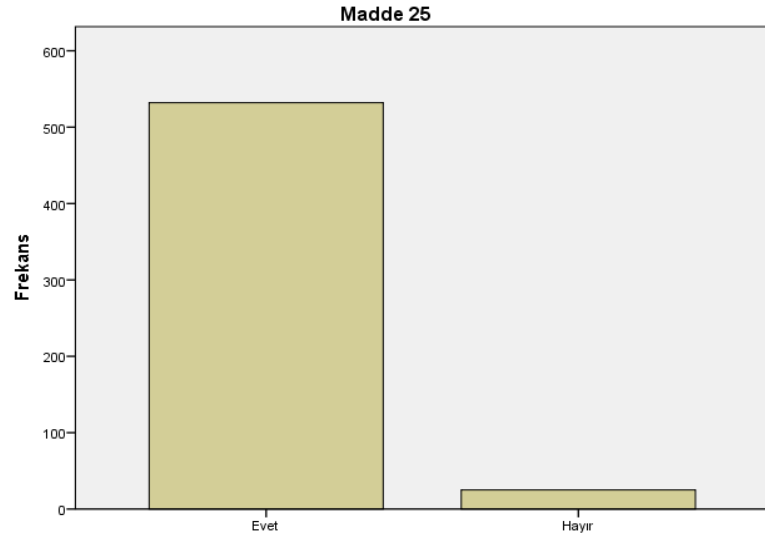
Şekil 4.2 Sağlık Turizmiyle İlgili Derslerin Fizyoterapi ve Rehabilitasyon Lisans Eğitimine Eklenmesine İlişkin Görüşler

Grafik 4.2’de Sağlık turizmiyle ilgili derslerin fizyoterapi ve rehabilitasyon lisans eğitimine eklenmesine ilişkin dönütlerin bar grafiği yer almaktadır. Grafik incelendiğinde katılımcıların çoğunluğunun (f=496) sağlık turizmi derslerinin lisans programına eklenmesi yönünde görüş bildirmişlerdir. Bu bulgu, katılımcıların çoğunluğunun sağlık turizmiyle ilgili derslerin lisans eğitim programına dâhil edilmesi gerektiği yönünde görüş belirttikleri şeklinde ifade edilebilir.



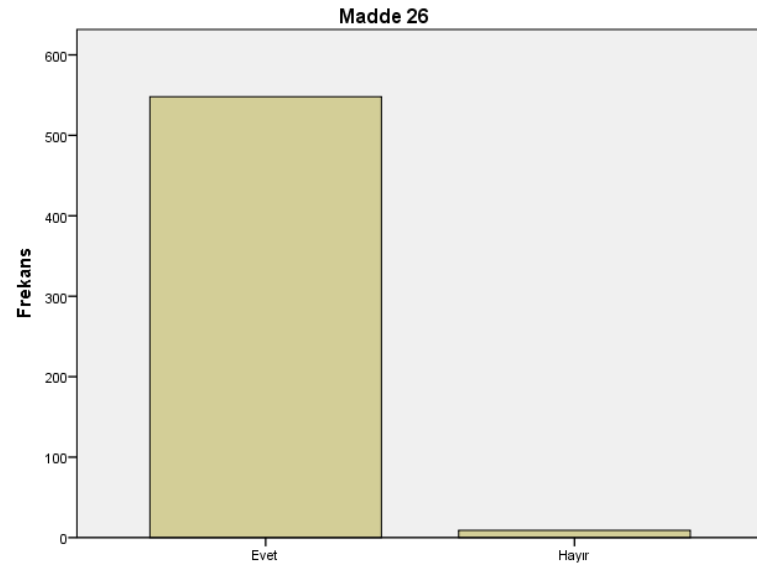
Şekil 4.3 Sağlık Turizmi Ana Başlıklarının Fizyoterapi ve Rehabilitasyon ile İlişkinin Bilinmesine İlişkin Bulgular

Grafik 4.3’te anket formunda yer alan “Sağlık turizminin 4 ana başlığının 3’ünün(termal turizm, yaşlı turizmi, engelli turizmi) doğrudan, birinin (medikal turizm) de dolaylı olarak Fizyoterapi ve Rehabilitasyon ile ilgili olduğunu biliyor muydunuz? sorusuna gelen dönütlerin frekanslarına ilişkin dönütlerin bar grafiği yer almaktadır. Grafik incelendiğinde katılımcıların çoğunluğunun (f=394) sağlık turizmi ana başlıklarının fizyoterapi ve rehabilitasyon ile ilişkini bildiklerine dair görüş bildirmişlerdir. Bu dönütün yanı sıra bu ilişkiyi bilmediğine dair dönüt veren katılımcılar da (f=159) bulunmaktadır. Bu bulgu, katılımcıların çoğunluğunun sağlık turizmi ana başlıklarının fizyoterapi ve rehabilitasyon ile ilişkini bildikleri yönünde görüş belirtirken toplam katılımcının yaklaşık üçte biri ise bu ilişkiye dair bilgilerinin olmadığı şeklinde ifade edilebilir.



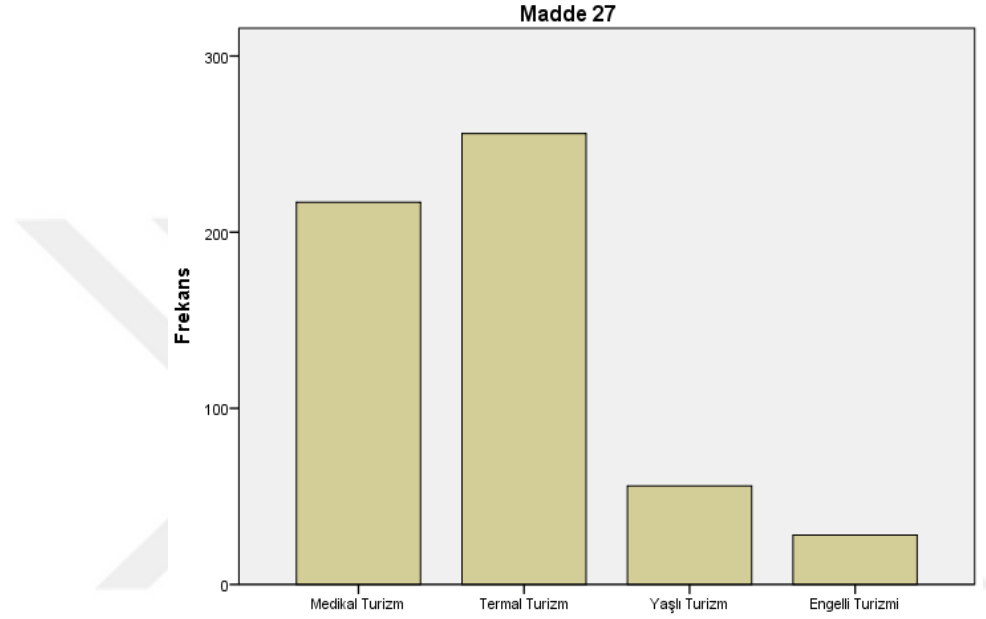
Şekil 4.4 Sağlık Turizminde Etkin Kuruluşlarda Fizyoterapi ve Rehabilitasyon Öğrencilerinin Staj Yapması Gerekliğine İlişkin Bulgular

Grafik 4.4'te anket formunda yer alan “Sağlık turizminde etkin kuruluşlarda Fizyoterapi ve Rehabilitasyon öğrencilerinin staj yapması gerektiğini düşünüyor musunuz? sorusuna gelen dönütlerin frekanslarına ilişkin dönütlerin bar grafiği yer almaktadır. Grafik incelendiğinde katılımcıların çoğunluğunun (f=528) fizyoterapi ve rehabilitasyon öğrencilerinin sağlık turizmi kuruluşlarında staj yapması gerektiğine dair dönütler vermişlerdir. Bu bulgu, fizyoterapi çalışanlarının ve öğrencilerinin çoğunluğunun alanlarının sağlık turizmi alanında etkin olarak yer alması gerektiği görüşünde oldukları şeklinde ifade edilebilir.



Şekil 4.5 Fizyoterapi ve Rehabilitasyon Alanında Sağlık Turizmi Eğitim ve Çalışmalarının Arttırılması Fizyoterapistlerin İstihdam Alanını Genişleteceğine İlişkin Bulgular

Grafik 4.5’te anket formunda yer alan “Fizyoterapi ve Rehabilitasyon alanında sağlık turizmi eğitim ve çalışmalarının artırılması fizyoterapistlerin istihdam alanını genişletir mi?” sorusuna gelen dönütlerin frekanslarına ilişkin dönütlerin bar grafiği yer almaktadır. Grafik incelendiğinde katılımcıların çoğunluğunun (f=544) fizyoterapi ve rehabilitasyon alanında sağlık turizmi eğitimi ve çalışmalarının artırılmasının alanlarına dair yeni bir istihdam alanı oluşturabileceği şeklinde dönütler vermişlerdir.



Şekil 4.6 Türkiye’de Sağlık Turizmi Faaliyetlerinde Yabancı Turist Sayısını Arttırmaya Yönelik Girişimlere İlişkin Bulgular

Grafik 4.6’da ankette Türkiye’de sağlık turizmi faaliyetlerine katılım gösteren yabancı turist sayısının artırılması için sağlık turizmi alanında hangi ana başlıklara odaklanmanın daha etkili olduğunu ölçen bir soruya ilişkin gelen dönütlerin frekanslarına ilişkin bar grafiği bulunmaktadır. Grafik incelendiğinde sağlık turizmindeki 4 ana başlık olan Medikal Turizm, Termal Turizm, Yaşlı Turizm ve Engelli Turizm’den en fazla işaretlenen seçeneğin termal turizm olduğu (f=252), ardından medikal turizmin geldiği (f=217) görülmektedir. Yaşlı turizmine odaklanmanın yabancı turist sayısını arttıracak yönünde düşünenlerin sayısı 56 iken, engelli turizme odaklanmanın etkili olacağını düşünenlerin sayısı ise 28’dir. Bu bulgular fizyoterapi alanında çalışan ya da öğrenim gören katılımcıların çoğunluğunun yabancı turistlerin termal turizm ve medikal turizme yönelik ilgilerinin daha fazla olabileceğini ve yabancı turist sayısında bu alanlardaki faaliyetlerin artırılmasının etkili olabileceğine yordukları ifade edilebilir.

Tablo 4.4 Ankette Sorulan Sorulara Verilen Cevapların Cinsiyete Göre Dağılımı ve İstatistiksel Sonuçları

Anket Sorusu	Cinsiyet	Kesinlikle Katılmıyorum n (%)	Katılmıyorum n (%)	Kararsızım n (%)	Katılıyorum n (%)	Kesinlikle Katılıyorum n (%)	P
1 Türkiye güvenilir bir tatil alanıdır.	Kadın	8 (%2,1)	24 (%6,3)	111 (%29,5)	191 (%50,4)	45 (%11,7)	0,001
	Erkek	12 (%6,9)	17 (%9,8)	34 (%19,5)	68 (%39,1)	43 (%24,7)	
2 Türkiye doğal ve kültürel değerler açısından zengindir.	Kadın	5 (%1,3)	2 (%0,5)	7 (%1,8)	139 (%36,6)	226 (%59,8)	0,162
	Erkek	6 (%3,4)	0	3 (%1,7)	50 (%28,7)	115 (%66,1)	
3 Türkiye termal kaynaklar bakımından önemli bir merkezdir.	Kadın	0	2 (%0,5)	31 (%8,1)	176 (%46,7)	170 (%44,6)	0,004
	Erkek	3 (%1,7)	2 (%1,1)	10 (%5,7)	62 (%35,6)	97 (%55,7)	
4 Türkiye'nin sahip olduğu termal kaynaklar şifalıdır.	Kadın	0	8 (%2,1)	68 (%17,8)	192 (%50,9)	111 (%29,2)	0,012
	Erkek	5 (%2,9)	2 (%1,1)	22 (%12,6)	91 (%52,3)	54 (%31,0)	
5 Türkiye termal turizm alanında bir markadır.	Kadın	4 (%1,0)	52 (%13,6)	142 (%37,6)	130 (%34,5)	51 (%13,3)	0,34
	Erkek	9 (%5,2)	23 (%13,2)	54 (%31,0)	64 (%36,8)	24 (%13,8)	
6 Türkiye'de görsel kirlenmeye yol açan tabelaların yoğunluğu dikkat çekmektedir.	Kadın	10 (%2,6)	38 (%9,9)	100 (%26,1)	151 (%40,2)	80 (%21,1)	0,102
	Erkek	7 (%4,0)	10 (%5,7)	52 (%29,9)	57 (%32,8)	48 (%27,6)	
7 Termal tatil seçiminde arkadaş tavsiyesi etkilidir.	Kadın	3 (%0,8)	13 (%3,4)	43 (%11,2)	230 (%61,1)	90 (%23,5)	0,048
	Erkek	3 (%1,7)	8 (%4,6)	34 (%19,5)	96 (%55,2)	33 (%19,0)	
8 Termal tatil seçiminde daha önceki deneyimler etkilidir	Kadın	2 (%0,5)	3 (%0,8)	16 (%4,2)	218 (%57,4)	140 (%37,1)	0,244
	Erkek	3 (%1,7)	3 (%1,7)	7 (%4,0)	87 (%50,0)	74 (%42,5)	
9 Türkiye'de termal tatil seçiminde termal kaynakların bulunduğu iller ile ilgili internet siteleri etkilidir.	Kadın	5 (%1,3)	15 (%3,9)	88 (%23,2)	216 (%57,2)	55 (%14,4)	0,018
	Erkek	6 (%3,4)	15 (%8,6)	34 (%19,5)	85 (%48,9)	34 (%19,5)	
10 Termal tatil seçiminde turizm işletmelerinin reklamlarının etkisi vardır.	Kadın	2 (%0,5)	29 (%7,6)	64 (%16,7)	222 (%59,0)	62 (%16,2)	0,434
	Erkek	4 (%2,3)	14 (%8,0)	30 (%17,2)	97 (%55,7)	29 (%16,7)	
11 Basında Türkiye hakkında genel olarak olumlu görüşler yer almaktadır.	Kadın	19 (%5,0)	80 (%20,9)	170 (%45,4)	96 (%25,1)	14 (%3,7)	0,442
	Erkek	12 (%6,9)	41 (%23,6)	67 (%38,5)	44 (%25,3)	10 (%5,7)	
12 Türkiye'nin sağlık turizmi ile ilgili nezih bir imajı vardır.	Kadın	11 (%2,9)	68 (%17,8)	160 (%42,3)	120 (%31,9)	20 (%5,2)	0,766
	Erkek	8 (%4,6)	29 (%16,7)	70 (%40,2)	55 (%31,6)	12 (%6,9)	
13 Türkiye'de tatil yapmak bir modadır.	Kadın	15 (%3,9)	88 (%23,0)	142 (%37,9)	109 (%28,7)	25 (%6,5)	0,097
	Erkek	16 (%9,2)	35 (%20,1)	56 (%32,2)	55 (%31,6)	12 (%6,9)	

Ankete katılan kişilerden kadın ve erkeklerin ‘Türkiye güvenilir bir tatil alanıdır.’ sorusuna verdikleri yanıtlar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır ($p=0,001$). Cevaplar arasında kararsızım ve katılıyorum yanıtları fark oluşturmaktadır. Kadınların %29,5’i erkeklerin %19,5’i kararsızım, kadınların %50,4’ü erkeklerin %39,1’i katılıyorum cevabını vermişlerdir.

Türkiye doğal ve kültürel değerler açısından zengindir sorusuna verilen yanıtlarda kadın ve erkek katılımcılar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık yoktur ($p=0,162$). Kadınların %36,6’sı erkeklerin %28,7’si katılıyorum, kadınların %59,8’si erkeklerin %66,1’i kesinlikle katılıyorum cevabını vermişlerdir.

Türkiye termal kaynaklar bakımından önemli bir merkezdir sorusuna verilen yanıtlarda kadın ve erkek arasında istatistiksel olarak anlamlı fark vardır ($p=0,004$). Kadınların %8,1’i erkeklerin %46,7’si kararsızım, kadınların %46,7’si erkeklerin %35,6’sı katılıyorum, kadınların %44,6’sı erkeklerin %55,7’si kesinlikle katılıyorum cevabını vermişlerdir.

Türkiye’nin sahip olduğu termal kaynaklar şifalıdır sorusuna verilen cevaplarda kadın erkek katılımcılar arasında istatistiksel olarak anlamlı fark vardır ($p=0,012$). Kadınların %2,1’i erkeklerin %1,1’i katılmıyorum, kadınların %17,8’i erkeklerin %12,6’sı kararsızım, kadınların %50,9’u erkeklerin %52,3’ü katılıyorum, kadınların %29,2’si erkeklerin %31’i kesinlikle katılıyorum cevabını vermişlerdir.

Türkiye termal turizm alanında bir markadır sorusuna verilen cevaplarda kadın erkek arasında istatistiksel olarak anlamlı fark vardır ($p=0,34$). Kadınların %13,6’sı erkeklerin %13,2’si katılmıyorum, kadınların %37,6’sı erkeklerin %31’i kararsızım, kadınların %34,5’i erkeklerin %36,8’i katılıyorum ve kadınların %13,3’ü erkeklerin %13,8’i kesinlikle katılıyorum cevabını vermişlerdir.

Türkiye’de görsel kirlenmeye yol açan tabelaların yoğunluğu dikkat çekmektedir sorusuna verilen cevaplarda kadın ve erkekler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunamamıştır ($p=0,102$). Kadınların %40,2’si erkeklerin %32,8’i katılıyorum cevabını vermişlerdir.

Termal tatil seçiminde arkadaş tavsiyesi etkilidir sorusuna verilen yanıtlarda kadın ve erkekler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır ($p=0,048$). Kadınların %11,2’si erkeklerin %19,5’i kararsızım cevabını vermişlerdir.

Termal tatil seçiminde daha önceki deneyimler etkilidir sorusuna verilen yanıtlarda kadın ve erkek arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur ($p=0,244$). Kadınların %57,4 ‘ü erkeklerin %50’si katılıyorum yanıtını vermişlerdir.

Türkiye’de termal tatil seçiminde termal kaynakların bulunduğu iller ile ilgili internet siteleri etkilidir sorusuna verilen yanıtlarda kadın ve erkekler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır ($p=0,018$). Kadınların %3,9’u erkeklerin %8,6’sı katılmıyorum cevabını vermişlerdir.

Termal tatil seçiminde turizm işletmelerinin reklamlarının etkisi vardır sorusuna verilen cevaplarda kadın ve erkekler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur. Kadınların %59’u erkeklerin %55,7’si katılıyorum cevabını vermişlerdir.

Basında Türkiye hakkında genel olarak olumlu görüşler yer almaktadır sorusuna verilen yanıtlarda kadın ve erkekler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur ($p=0,442$). Kadınların %45,4’ü erkeklerin %38,5’i kararsızım cevabını vermişlerdir.

Türkiye’nin sağlık turizmi ile ilgili nezih bir imajı vardır sorusuna verilen yanıtlarda kadın ve erkekler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur ($p=0,766$). Kadınların %42,3’ü erkeklerin %40,2’si kararsızım cevabını vermişlerdir.

Türkiye’de tatil yapmak bir modadır sorusuna verilen yanıtlarda kadın ve erkekler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur ($p=0,097$). Kadınların %37,9’u erkeklerin %32,2’si kararsızım cevabını vermişlerdir.

Tablo 4.5 Ankette Sorulan Sorulara Verilen Cevapların Medeni Duruma Göre Dağılımı ve İstatistiksel Sonuçları

Anket Sorusu	Medeni Durum	Kesinlikle Katılmıyor um n (%)	Katılmıyor um n (%)	Kararsızım n (%)	Katılıyor um n (%)	Kesinlikle Katılıyor um n (%)	p
1 Türkiye güvenilir bir tatil alanıdır.	Evli	6 (%5,0)	13 (%10,7)	24 (%19,8)	43 (%35,5)	34 (%28,9)	0,001
	Bekar	14 (%3,2)	28 (%6,4)	123 (%28,2)	215 (%50,0)	53 (%12,2)	
2 Türkiye doğal ve kültürel değerler açısından zengindir.	Evli	2 (%1,7)	0 (%0)	4 (%3,3)	31 (%25,6)	83 (%69,4)	0,101
	Bekar	9 (%2,1)	2 (%0,5)	6 (%1,4)	159 (%36,5)	257 (%59,6)	
3 Türkiye termal kaynaklar bakımından önemli bir merkezdir.	Evli	2 (%1,7)	0 (%0)	2 (%1,7)	40 (%33,9)	76 (%62,8)	0,001
	Bekar	1 (%0,2)	4 (%0,9)	39 (%8,9)	200 (%45,9)	189 (%44)	
4 Türkiye'nin sahip olduğu termal kaynaklar şifalıdır.	Evli	2 (%1,7)	3 (%2,5)	11 (%9,1)	58 (%48,8)	46 (%38)	0,024
	Bekar	3 (%0,7)	7 (%1,6)	79 (%18,1)	224 (%52,1)	120 (%27,5)	
5 Türkiye termal turizm alanında bir markadır.	Evli	4 (%3,3)	17 (%14,0)	38 (%32,2)	42 (%34,7)	19 (%15,7)	0,786
	Bekar	9 (%2,1)	58 (%13,3)	159 (%36,5)	151 (%35,3)	56 (%12,8)	
6 Türkiye'de görsel kirlenmeye yol açan tabelaların yoğunluğu dikkat çekmektedir.	Evli	2 (%1,7)	7 (%5,8)	34 (%28,9)	44 (%36,4)	33 (%27,3)	0,433
	Bekar	15 (%3,4)	41 (%9,4)	117 (%26,8)	164 (%38,3)	96 (%22)	
7 Termal tatil seçiminde arkadaş tavsiyesi etkilidir.	Evli	2 (%1,7)	4 (%3,3)	10 (%9,1)	76 (%62,8)	28 (%23,1)	0,420
	Bekar	4 (%0,9)	17 (%3,9)	66 (%15,1)	251 (%58,3)	95 (%21,8)	
8Termal tatil seçiminde daha önceki deneyimler etkilidir	Evli	2 (%2,5)	0 (%0)	2 (%1,7)	68 (%56,2)	48 (%39,7)	0,100
	Bekar	2 (%0,5)	6 (%1,4)	21 (%4,8)	236 (%54,8)	168 (%38,5)	
9 Türkiye'de termal tatil seçiminde termal kaynakların bulunduğu iller ile ilgili internet siteleri etkilidir.	Evli	4 (%3,3)	7 (%5,8)	20 (%16,5)	74 (%62,0)	15 (%12,4)	0,172
	Bekar	7 (%1,6)	23 (%5,3)	103 (%23,6)	226 (%52,5)	74 (%17,0)	
10 Termal tatil seçiminde turizm işletmelerinin reklamlarının etkisi vardır.	Evli	2 (%1,7)	6 (%5,0)	12 (%9,9)	78 (%65,3)	22 (%18,2)	0,085
	Bekar	4 (%0,9)	37 (%8,5)	82 (%18,8)	241 (%56,0)	69 (%15,8)	
11 Basında Türkiye hakkında genel olarak olumlu görüşler yer almaktadır.	Evli	6 (%5,0)	30 (%24,8)	45 (%38,0)	34 (%28,1)	5 (%4,1)	0,679
	Bekar	25 (%5,7)	91 (%20,9)	192 (%44,7)	106 (%24,3)	19 (%4,4)	
12 Türkiye'nin sağlık turizmi ile ilgili nezih bir imajı vardır.	Evli	5 (%4,1)	25 (%20,7)	41 (%34,7)	35 (%28,9)	14 (%11,6)	0,014
	Bekar	14 (%3,2)	72 (%16,5)	187 (%43,6)	142 (%32,6)	18 (%4,1)	
13 Türkiye'de tatil yapmak bir modadır.	Evli	6 (%5,0)	37 (%30,6)	40 (%33,9)	28 (%23,1)	9 (%7,4)	0,103
	Bekar	25 (%5,7)	86 (%19,7)	160 (%36,7)	134 (%31,4)	28 (%6,4)	

Türkiye güvenilir bir tatil alanıdır sorusuna verilen yanıtlarda evli ve bekarlar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır ($p=0,001$). Evlilerin %10,7'si bekarların %6,4'ü katılmıyorum, evlilerin %19,8'i bekarların 28,2'si kararsızım, evlilerin %35,5'i bekarların %50'si katılıyorum cevabını vermişlerdir.

Türkiye doğal ve kültürel değerler açısından zengindir ifadesine verilen yanıtlarda evli ve bekarlar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur ($p=0,101$). Evlilerin %69,4'ü bekarların %59,6'sı kesinlikle katılıyorum cevabını vermişlerdir.

Türkiye termal kaynaklar bakımından önemli bir merkezdir sorusuna verilen yanıtlarda evli ve bekarlar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır ($p=0,001$). Evlilerin %1,7'si bekarların %8,9'u kararsızım, evlilerin %33,9'u bekarların %45,9'u katılıyorum cevabını vermişlerdir.

Türkiye'nin sahip olduğu termal kaynaklar şifalıdır sorusuna verilen yanıtlarda evli ve bekarlar arasında istatistiksel olarak anlamlı fark vardır ($p=0,024$). Evlilerin %9,1'i bekarların da %18,1'i kararsızım cevabını vermiştir.

Türkiye termal turizm alanında bir markadır sorusuna verilen yanıtlarda evli ve bekarlar arasında istatistiksel olarak anlamlı fark yoktur ($p=0,786$). Evlilerin %34,7'si katılıyorum cevabı verirken bekarların %36,5'i kararsızım cevabını vermişlerdir.

Türkiye'de görsel kirlenmeye yol açan tabelaların yoğunluğu dikkat çekmektedir sorusuna verilen yanıtlarda evli ve bekarlar arasında istatistiksel olarak anlamlı fark yoktur ($p=0,433$). Evlilerin %36,4'ü bekarların %38,3'ü katılıyorum cevabını vermiştir.

Termal tatil seçiminde arkadaş tavsiyesi etkilidir sorusuna verilen yanıtlarda evli ve bekarlar arasında istatistiksel olarak anlamlı fark yoktur ($p=0,420$). Evlilerin %62,8'i bekarların %58,3'ü katılıyorum cevabını vermişlerdir.

Termal tatil seçiminde daha önceki deneyimler etkilidir sorusuna verilen yanıtlarda evli ve bekarlar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur ($p=0,100$). Evlilerin %56,2'si bekarların %54,8'i katılıyorum cevabını vermişlerdir.

Türkiye'de termal tatil seçiminde termal kaynakların bulunduğu iller ile ilgili internet siteleri etkilidir sorusuna verilen yanıtlarda evli ve bekarlar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur ($p=0,172$). Evlilerin %62'si bekarların %52,5'i katılıyorum cevabını vermişlerdir.

Termal tatil seçiminde turizm işletmelerinin etkisi vardır sorusuna verilen yanıtlarda evli ve bekarlar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur ($p=0,085$). Evlilerin %65,3'ü bekarların %56'sı katılıyorum cevabını vermişlerdir.

Basında Türkiye hakkında genel olarak olumlu görüş yer almaktadır sorusuna verilen yanıtlarda evli ve bekarlar arasında istatistiksel olarak anlamlı fark yoktur ($p=0,679$). Evlilerin %38'i bekarların %44,7'si kararsızım cevabını vermişlerdir.

Türkiye'nin sağlık turizmi ile ilgili nezih bir imajı vardır sorusuna verilen yanıtlarda evli ve bekarlar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır ($p=0,014$). Evlilerin %34,7'si bekarların %43,6'sı kararsızım, evlilerin %28,9'u bekarların %32,6'sı katılıyorum cevabını vermişlerdir.

Türkiye'de tatil yapmak modadır sorusuna verilen yanıtlarda evli ve bekarlar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur ($p=0,103$). Evlilerin %33,9'u bekarların %36,7'si kararsızım cevabını vermişlerdir.

Tablo 4.6 Ankette Sorulan Sorulara Verilen Cevapların Yaş Gruplarına Göre Dağılımı ve İstatistiksel Sonuçları

Anket Sorusu	Yaş Grupları	Kesinlikle Katılmıyorum n(%)	Katılmıyorum n(%)	Kararsızım n(%)	Katılıyorum n(%)	Kesinlikle Katılıyorum n(%)	p
1 Türkiye güvenilir bir tatil alanıdır.	18-29	16 (%3,4)	33 (%7,1)	128 (%27,6)	224 (%48,3)	64 (%13,7)	0,065
	30-39	3 (%4,0)	8 (%10,7)	15 (%20,0)	28 (%38,7)	20 (%26,7)	
	40-49	1 (%7,7)	0 (%0)	3 (%23,1)	6 (%46,2)	3 (%23,1)	
2 Türkiye doğal ve kültürel değerler açısından zengindir.	18-29	10 (%2,1)	2 (%0,4)	7 (%1,5)	161 (%34,6)	285 (%61,3)	0,754
	30-39	1 (%1,3)	0 (%0)	3 (%4,0)	22 (%29,3)	48 (%65,3)	
	40-49	0 (%0)	0 (%0)	0 (%0)	6 (%46,2)	7 (%53,8)	
3 Türkiye termal kaynaklar bakımından önemli bir merkezdir.	18-29	2 (%0,4)	4 (%0,9)	39 (%8,3)	205 (%44,4)	215 (%45,9)	0,276
	30-39	1 (%1,3)	0 (%0)	2 (%2,7)	29 (%38,7)	42 (%57,3)	
	40-49	0 (%0)	0 (%0)	0 (%0)	4 (%30,8)	9 (%69,2)	

Tablo 4.6 Ankette Sorulan Sorulara Verilen Cevapların Yaş Gruplarına Göre Dağılımı ve İstatistiksel Sonuçları (Devamı)

4 Türkiye'nin sahip olduğu termal kaynaklar şifalıdır.	18-29	4 (%0,9)	8 (%1,7)	81 (%17,3)	240 (%51,7)	132 (%28,4)	0,550
	30-39	1 (%1,3)	2 (%2,7)	8 (%10,7)	37 (%50,7)	26 (%34,7)	
	40-49	0 (%0)	0 (%0)	1 (%7,7)	6 (%46,2)	6 (%46,2)	
5 Türkiye termal turizm alanında bir markadır.	18-29	11 (%2,4)	64 (%13,7)	160 (%34,8)	169 (%36,1)	61 (%13,0)	0,847
	30-39	2 (%2,7)	9 (%12,0)	28 (%38,7)	23 (%30,7)	12 (%16,0)	
	40-49	0 (%0)	2 (%15,4)	6 (%46,2)	4 (%30,8)	1 (%7,7)	
6 Türkiye'de görsel kirlenmeye yol açan tabelaların yoğunluğu dikkat çekmektedir.	18-29	17 (%3,6)	43 (%9,2)	128 (%27,6)	172 (%37,2)	105 (%22,4)	0,602
	30-39	0 (%0)	4 (%5,3)	18 (%24,0)	30 (%41,3)	22 (%29,3)	
	40-49	0 (%0)	1 (%7,7)	4 (%30,8)	6 (%46,2)	2 (%15,4)	
7 Termal tatil seçiminde arkadaş tavsiyesi etkilidir.	18-29	5 (%1,1)	16 (%3,4)	70 (%15,0)	274 (%59,2)	100 (%21,4)	0,074
	30-39	1 (%1,3)	2 (%2,7)	7 (%9,3)	43 (%58,7)	21 (%28,0)	
	40-49	0 (%0)	2 (%15,4)	0 (%0)	9 (%69,2)	2 (%15,4)	
8 Termal tatil seçiminde daha önceki deneyimler etkilidir	18-29	3 (%0,6)	6 (%1,3)	22 (%4,7)	255 (%55,1)	179 (%38,2)	0,154
	30-39	1 (%1,3)	0 (%0)	1 (%1,3)	37 (%50,7)	35 (%46,7)	
	40-49	1 (%7,7)	0 (%0)	0 (%0)	10 (%76,9)	2 (%15,4)	
9 Türkiye'de termal tatil seçiminde termal kaynakların bulunduğu iller ile ilgili internet siteleri etkilidir.	18-29	9 (%1,9)	23 (%4,9)	109 (%23,3)	247 (%53,4)	77 (%16,5)	0,388
	30-39	2 (%2,7)	4 (%5,3)	12 (%17,3)	45 (%60,0)	11 (%14,7)	
	40-49	0 (%0)	3 (%23,1)	1 (%7,7)	8 (%61,5)	1 (%7,7)	
10 Termal tatil seçiminde turizm işletmelerinin reklamlarının etkisi vardır.	18-29	5 (%1,1)	34 (%7,3)	85 (%18,2)	264 (%57,1)	77 (%16,5)	0,568
	30-39	1 (%1,3)	6 (%8,0)	8 (%10,7)	47 (%64,0)	12 (%16,0)	
	40-49	0 (%0)	3 (%23,1)	1 (%7,7)	7 (%53,8)	2 (%15,4)	
11 Basında Türkiye hakkında genel olarak olumlu görüşler yer almaktadır.	18-29	26 (%5,6)	104 (%22,2)	202 (%43,6)	112 (%24,1)	21 (%4,5)	0,938
	30-39	5 (%6,7)	14 (%18,7)	32 (%42,7)	20 (%28,0)	3 (%4,0)	
	40-49	0 (%0)	3 (%23,1)	5 (%38,5)	5 (%38,5)	0 (%0)	
12 Türkiye'nin sağlık turizmi ile ilgili nezh bir imajı vardır.	18-29	17 (%3,6)	76 (%16,2)	196 (%42,3)	151 (%32,5)	25 (%5,3)	0,399
	30-39	2 (%2,7)	19 (%25,3)	27 (%37,3)	21 (%28,0)	5 (%6,7)	
	40-49	0 (%0)	2 (%15,4)	6 (%46,2)	4 (%30,8)	1 (%7,7)	
13 Türkiye'de tatil yapmak bir modadır.	18-29	28 (%6,0)	96 (%20,5)	164 (%35,7)	145 (%31,0)	32 (%6,8)	0,150
	30-39	2 (%2,7)	21 (%28,0)	30 (%40,0)	17 (%24,0)	4 (%5,3)	
	40-49	1 (%7,7)	6 (%46,2)	4 (%30,8)	2 (%15,4)	0 (%0)	

Türkiye güvenilir bir tatil alanıdır sorusuna verilen yanıtlarda yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur ($p=0,065$). 18-29 yaş grubunun %48,3'ü, 30-39 yaş grubunun %38,7'si, 40-49 yaş grubunun %46,2'si katılıyorum cevabını vermişlerdir.

Türkiye doğal ve kültürel değerler açısından zengindir sorusuna verilen yanıtlarda yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur ($p=0,754$). 18-29 yaş grubunun %61,3'ü, 30-39 yaş grubunun %65,3'ü ve 40-49 yaş grubunun %53,8'i kesinlikle katılıyorum cevabını vermişlerdir.

Türkiye termal kaynaklar bakımından önemli bir merkezdir sorusuna verilen yanıtlarda yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur ($p=0,276$). 18-29 yaş grubunun %45,9'u, 30-39 yaş grubunun %57,3'ü, 40-49 yaş grubunun %69,2'si kesinlikle katılıyorum cevabını vermişlerdir.

Türkiye'nin sahip olduğu termal kaynaklar şifalıdır sorusuna verilen yanıtlarda yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur ($p=0,550$). 18-29 yaş grubunun %51,7'si, 30-39 yaş grubunun %50,7'si, 40-49 yaş grubunun da %46,2'si katılıyorum cevabını vermişlerdir.

Türkiye termal turizm alanında bir markadır sorusuna verilen yanıtlarda yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur ($p=0,847$). 18-29 yaş grubunun %36,1'i katılıyorum cevabını verirken, 30-39 yaş grubunun %38,7'si ve 40-49 yaş grubunun %46,2'si kararsızım cevabını vermişlerdir.

Türkiye'de görsel kirlenmeye yol açan tabelaların yoğunluğu dikkat çekmektedir sorusuna verilen yanıtlarda yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur ($p=0,602$). 18-29 yaş grubunun %37,2'si, 30-39 yaş grubunun %41,3'ü, 40-49 yaş grubunun %46,2'si katılıyorum cevabını vermişlerdir.

Termal tatil seçiminde arkadaş tavsiyesi etkilidir sorusuna verilen yanıtlarda yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur ($p=0,074$). 18-29 yaş grubunun %59,2'si, 30-39 yaş grubunun %58,7'si, 40-49 yaş grubunun %69,2'si katılıyorum cevabını vermişlerdir.

Termal tatil seçiminde daha önceki deneyimler etkilidir sorusuna verilen yanıtlarda yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur ($p=0,154$). 18-29 yaş grubunun %55,1'i, 30-39 yaş grubunun %50,7'si ve 40-49 yaş grubunun %76,9'u katılıyorum cevabını vermişlerdir.

Türkiye'de termal tatil seçiminde termal kaynakların bulunduğu iller ile ilgili internet siteleri etkilidir sorusuna verilen yanıtlarda yaş grupları arasında istatistiksel

olarak anlamlı bir fark yoktur ($p=0,388$). 18-29 yaş grubunun %53,4'ü, 30-39 yaş grubunun %60'ı ve 40-49 yaş grubunun %61,5'i katılıyorum cevabını vermişlerdir.

Termal tatil seçiminde turizm işletmelerinin reklamlarının etkisi vardır sorusuna verilen yanıtlarda yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur ($p=0,568$). 18-29 yaş grubunun %57,1'i, 30-39 yaş grubunun %64'ü ve 40-49 yaş grubunun %53,8'i katılıyorum cevabını vermişlerdir.

Basında Türkiye hakkında genel olarak olumlu görüşler yer almaktadır sorusuna verilen yanıtlarda yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur ($p=0,938$). 18-29 yaş grubunun %43,6'sı, 30-39 yaş grubunun %42,7'si ve 40-49 yaş grubunun %38,5'i kararsızım cevabını vermişlerdir.

Türkiye'nin sağlık turizmi ile ilgili nezih bir imajı vardır sorusuna verilen yanıtlarda yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur ($p=0,399$). 18-29 yaş grubunun %42,3'ü, 30-39 yaş grubunun %37,3'ü ve 40-49 yaş grubunun %46,2'si kararsızım cevabını vermişlerdir.

Türkiye'de tatil yapmak bir modadır sorusuna verilen yanıtlarda yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur ($p=0,150$). 18-29 yaş grubunun %35,7'si, 30-39 yaş grubunun %40'ı kararsızım cevabı verirken 40-49 yaş grubunun %46,2'si katılmıyorum cevabını vermişlerdir.

Tablo 4.7 Ankette Sorulan Sorulara Verilen Cevapların Eğitim Seviyesine Göre Dağılımı ve İstatistiksel Sonuçları

Anket Sorusu	Eğitim Seviyesi	Kesinlikle Katılmıyorum n (%)	Katılmıyorum n (%)	Kararsızım n (%)	Katılıyorum n (%)	Kesinlikle Katılıyorum n (%)	p
1 Türkiye güvenilir bir tatil alanıdır.	Öğrenci	6 (%3,3)	14 (%7,7)	58 (%32,0)	83 (%45,9)	20 (%11,0)	0,007
	Lisans	12 (%4,0)	20 (%7,0)	74 (%24,9)	148 (%49,2)	45 (%15,0)	
	Yüksek Lisans	0 (%0)	3 (%5,4)	10 (%17,9)	22 (%42,9)	19 (%33,9)	
	Doktora	2 (%10,5)	3 (%15,8)	4 (%21,1)	6 (%31,6)	4 (%21,1)	
2 Türkiye doğal ve kültürel değerler açısından zengindir.	Öğrenci	4 (%2,2)	2 (%1,1)	4 (%2,2)	68 (%37,6)	103 (%56,9)	0,047
	Lisans	7 (%2,3)	0 (%0)	4 (%1,3)	102 (%34,6)	186 (%61,8)	
	Yüksek Lisans	0 (%0)	0 (%0)	0 (%0)	15 (%26,8)	39 (%73,2)	
	Doktora	0 (%0)	0 (%0)	2 (%10,5)	3 (%15,8)	14 (%73,7)	
3 Türkiye termal kaynaklar bakımından önemli bir merkezdir.	Öğrenci	0 (%0)	4 (%2,2)	25 (%13,8)	96 (%53,0)	56 (%30,9)	0,001
	Lisans	3 (%1,0)	0 (%0)	16 (%5,3)	117 (%39,2)	163 (%54,5)	
	Yüksek Lisans	0 (%0)	0 (%0)	0 (%0)	20 (%37,5)	34 (%62,5)	
	Doktora	0 (%0)	0 (%0)	0 (%0)	6 (%31,6)	13 (%68,4)	
4 Türkiye'nin sahip olduğu termal kaynaklar şifalıdır.	Öğrenci	1 (%0,6)	6 (%3,3)	37 (%20,4)	102 (%56,4)	35 (%19,3)	0,019
	Lisans	4 (%1,3)	2 (%0,7)	42 (%14,0)	151 (%50,8)	100 (%33,2)	
	Yüksek Lisans	0 (%0)	1 (%1,8)	9 (%16,1)	22 (%41,1)	22 (%41,1)	
	Doktora	0 (%0)	1 (%5,3)	2 (%10,5)	8 (%42,1)	8 (%42,1)	
5 Türkiye termal turizm alanında bir markadır.	Öğrenci	2 (%1,1)	29 (%16,0)	75 (%41,4)	61 (%33,7)	14 (%7,7)	0,028
	Lisans	9 (%3,0)	32 (%10,6)	94 (%31,2)	114 (%38,5)	50 (%16,6)	
	Yüksek Lisans	1 (%1,8)	9 (%16,1)	21 (%41,1)	16 (%28,6)	7 (%12,5)	
	Doktora	1 (%5,3)	5 (%26,3)	6 (%31,6)	3 (%15,8)	4 (%21,1)	
6 Türkiye'de görsel kirlenmeye yol açan tabelaların yoğunluğu dikkat çekmektedir.	Öğrenci	6 (%3,3)	15 (%8,3)	54 (%29,8)	65 (%35,9)	41 (%22,7)	0,887
	Lisans	9 (%3,0)	29 (%9,6)	73 (%24,3)	120 (%40,2)	68 (%22,9)	
	Yüksek Lisans	2 (%3,6)	3 (%5,4)	17 (%31,2)	19 (%35,7)	13 (%23,2)	
	Doktora	0 (%0)	1 (%5,3)	7 (%36,8)	5 (%26,3)	6 (%31,6)	

Tablo 4.7 Ankette Sorulan Sorulara Verilen Cevapların Eğitim Seviyesine Göre Dağılımı ve İstatistiksel Sonuçları (Devamı)

7 Termal tatil seçiminde arkadaş tavsiyesi etkilidir.	Öğrenci	2 (%1,1)	6 (%3,3)	34 (%18,8)	101 (%55,8)	38 (%21,0)	0,750
	Lisans	3 (%1,0)	13 (%4,3)	37 (%12,3)	178 (%59,8)	68 (%22,6)	
	Yüksek Lisans	1 (%1,8)	2 (%3,6)	5 (%8,9)	35 (%64,3)	11 (%21,4)	
	Doktora	0 (%0)	0 (%0)	1 (%5,3)	13 (%68,4)	5 (%26,3)	
8 Termal tatil seçiminde daha önceki deneyimler etkilidir	Öğrenci	0 (%0)	2 (%1,1)	11 (%6,1)	98 (%54,1)	70 (%38,7)	0,391
	Lisans	3 (%1,0)	3 (%1,0)	12 (%4,0)	167 (%56,1)	114 (%37,9)	
	Yüksek Lisans	2 (%3,6)	1 (%1,8)	0 (%0)	27 (%50,0)	24 (%44,6)	
	Doktora	0 (%0)	0 (%0)	0 (%0)	12 (%63,2)	7 (%36,8)	
9 Türkiye’de termal tatil seçiminde termal kaynakların bulunduğu iller ile ilgili internet siteleri etkilidir.	Öğrenci	2 (%1,1)	10 (%5,5)	48 (%26,5)	91 (%50,3)	30 (%16,6)	0,258
	Lisans	5 (%1,7)	15 (%5,0)	64 (%21,3)	167 (%56,1)	48 (%15,9)	
	Yüksek Lisans	2 (%3,6)	4 (%7,1)	8 (%16,1)	33 (%60,7)	7 (%12,5)	
	Doktora	2 (%10,5)	1 (%5,3)	2 (%10,5)	10 (%52,6)	4 (%21,1)	
10 Termal tatil seçiminde turizm işletmelerinin reklamlarının etkisi vardır.	Öğrenci	2 (%1,1)	16 (%8,8)	43 (%23,8)	98 (%54,1)	22 (%12,2)	0,212
	Lisans	3 (%1,0)	20 (%6,6)	42 (%14,0)	180 (%60,5)	54 (%17,9)	
	Yüksek Lisans	1 (%1,8)	5 (%8,9)	7 (%12,5)	33 (%60,7)	8 (%16,1)	
	Doktora	0 (%0)	2 (%10,5)	2 (%10,5)	9 (%47,4)	6 (%31,6)	
11 Basında Türkiye hakkında genel olarak olumlu görüşler yer almaktadır.	Öğrenci	9 (%5,0)	37 (%20,4)	88 (%48,6)	37 (%20,4)	10 (%5,5)	0,173 3
	Lisans	19 (%6,3)	67 (%22,3)	120 (%40,5)	80 (%26,6)	13 (%4,3)	
	Yüksek Lisans	0 (%0)	14 (%25,0)	22 (%41,1)	18 (%33,9)	0 (%0)	
	Doktora	3 (%15,8)	3 (%15,8)	8 (%42,1)	4 (%21,1)	1 (%5,3)	
12 Türkiye’nin sağlık turizmi ile ilgili nezih bir imajı vardır.	Öğrenci	8 (%4,4)	30 (%16,6)	70 (%38,7)	66 (%36,5)	7 (%3,9)	0,325
	Lisans	8 (%2,7)	50 (%16,6)	135 (%45,5)	87 (%28,9)	19 (%6,3)	
	Yüksek Lisans	2 (%3,6)	11 (%19,6)	17 (%32,1)	18 (%33,9)	6 (%10,7)	
	Doktora	1 (%5,3)	6 (%31,6)	7 (%36,8)	5 (%26,3)	0 (%0)	
13 Türkiye’de tatil yapmak bir modadır.	Öğrenci	10 (%5,5)	46 (%25,4)	56 (%30,9)	57 (%31,5)	12 (%6,6)	0,692
	Lisans	17 (%5,6)	55 (%18,3)	119 (%40,2)	88 (%29,2)	20 (%6,6)	
	Yüksek Lisans	3 (%5,4)	15 (%28,6)	18 (%32,1)	15 (%28,69)	3 (%5,4)	
	Doktora	1 (%5,3)	6 (%31,6)	6 (%31,6)	4 (%21,1)	2 (%10,5)	

Türkiye güvenilir bir tatil alanıdır sorusuna verilen yanıtlarda eğitim durumu grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır ($p=0,007$). Öğrencilerin %32,0'ı, lisans mezunlarının %24,9'u, yüksek lisans grubunun %17,9'u ve doktora grubunun %21,1'i kararsızım cevabını vermişlerdir.

Türkiye doğal ve kültürel değerler açısından zengindir sorusuna verilen yanıtlarda eğitim durumu grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır ($p=0,047$). Öğrencilerin %37,6'sı, lisans mezunlarının %34,6'sı, yüksek lisans grubunun %26,8'i ve doktora grubunun %15,8'i katılıyorum cevabını vermişlerdir.

Türkiye termal kaynaklar bakımından önemli bir merkezdir sorusuna verilen yanıtlarda eğitim durumu grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır ($p=0,001$). Öğrencilerin %53,0'ı, lisans mezunlarının %39,2'si, yüksek lisans grubunun %37,5'i ve doktora grubunun %31,6'sı katılıyorum cevabını vermişlerdir.

Türkiye'nin sahip olduğu termal kaynaklar şifalıdır sorusuna verilen yanıtlarda eğitim durumu grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır ($p=0,019$). Öğrencilerin %3,3'ü, lisans mezunlarının %0,7'si, yüksek lisans grubunun %1,8'i ve doktora grubunun %5,3'ü katılmıyorum cevabını vermişlerdir. Öğrencilerin %20,4'ü, lisans mezunlarının %14,0'ı, yüksek lisans grubunun %16,1'i ve doktora grubunun %10,5'i kararsızım cevabını vermişlerdir.

Türkiye termal turizm alanında bir markadır sorusuna verilen yanıtlarda eğitim durumu grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır ($p=0,028$). Öğrencilerin %41,4'ü, lisans mezunlarının %31,2'si, yüksek lisans grubunun %41,1'i ve doktora grubunun %31,6'si kararsızım cevabını vermişlerdir. Öğrencilerin %33,7'si, lisans mezunlarının %38,5'i, yüksek lisans grubunun %28,6'sı ve doktora grubunun %15,8'i katılıyorum cevabını vermişlerdir.

Türkiye'de görsel kirlenmeye yol açan tabelaların yoğunluğu dikkat çekmektedir sorusuna verilen yanıtlarda eğitim durumu grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur ($p=0,887$). Öğrencilerin %35,9'u, lisans mezunlarının %40,2'si, yüksek lisans grubunun 35,7'si ve doktora grubunun %26,3'ü katılıyorum cevabını vermişlerdir.

Termal tatil seçiminde arkadaş tavsiyesi etkilidir sorusuna verilen yanıtlarda eğitim durumu grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur ($p=0,750$). Öğrencilerin %55,8'i, lisans mezunlarının %59,8'i, yüksek lisans grubunun %64,3'ü ve doktora grubunun %68,4'ü katılıyorum cevabını vermişlerdir.

Termal tatil seçiminde daha önceki deneyimler etkilidir sorusuna verilen yanıtlarda eğitim durumu grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur ($p=0,391$). Öğrencilerin %54,1'i, lisans mezunlarının %56,1'i, yüksek lisans grubunun %50,0'ı ve doktora grubunun %63,2'si katılıyorum cevabını vermişlerdir.

Türkiye'de termal tatil seçiminde termal kaynakların bulunduğu iller ile ilgili internet siteleri etkilidir sorusuna verilen yanıtlarda eğitim durumu grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur ($p=0,258$). Öğrencilerin %50,3'ü, lisans mezunlarının %56,1'i, yüksek lisans grubunun %60,7'si ve doktora grubunun %52,6'sı katılıyorum cevabını vermişlerdir.

Termal tatil seçiminde turizm işletmelerinin reklamlarının etkisi vardır sorusuna verilen yanıtlarda eğitim durumu grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur ($p=0,212$). Öğrencilerin %54,1'i, lisans mezunlarının %60,5'i, yüksek lisans grubunun %60,7'si ve doktora grubunun %47,4'ü katılıyorum cevabını vermişlerdir.

Basında Türkiye hakkında genel olarak olumlu görüşler yer almaktadır sorusuna verilen yanıtlarda eğitim durumu grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur ($p=0,173$). Öğrencilerin %48,6'sı, lisans mezunlarının %40,5'i, yüksek lisans grubunun %41,1'i ve doktora grubunun %42,1'i kararsızım cevabını vermişlerdir.

Türkiye'nin sağlık turizmi ile ilgili nezih bir imajı vardır sorusuna verilen yanıtlarda eğitim durumu grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur ($p=0,325$). Öğrencilerin %38,7'si, lisans mezunlarının %45,5'i doktora grubunun %36,8'i kararsızım cevabını verirken yüksek lisans grubunun %33,9'u katılıyorum cevabını vermişlerdir.

Türkiye'de tatil yapmak bir modadır sorusuna verilen yanıtlarda eğitim durumu grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur ($p=0,692$). Öğrencilerin %31,5'i katılıyorum cevabını verirken, lisans mezunlarının %40,2'si, yüksek lisans grubunun %32,1'i ve doktora grubunun %31,6'sı kararsızım cevabını vermişlerdir.

Tablo 4.8 Ankette Sorulan Sorulara Verilen Cevapların Meslekte Çalışma Yılına Göre Dağılımı ve İstatistiksel Sonuçları

Anket Sorusu	Meslekte Çalışma Yılı	Keskinlikle Katılmıyoru m n (%)	Katılmıyoru m n (%)	Kararsızım n (%)	Katılıyorum n (%)	Keskinlikle Katılıyorum n (%)	p
1 Türkiye güvenilir bir tatil alanıdır.	Öğrenci	5 (%2,4)	13 (%6,3)	66 (%31,7)	101 (%48,6)	23 (%11,1)	0,004
	0-5 yıl	10 (%4,1)	17 (%7,0)	62 (%25,6)	116 (%49,2)	34 (%14,0)	
	6-10 yıl	2 (%3,3)	8 (%13,3)	10 (%16,7)	21 (%35,0)	19 (%31,7)	
	11+ yıl	3 (%6,4)	3 (%6,4)	9 (%19,1)	20 (%42,6)	11 (%25,5)	
2 Türkiye doğal ve kültürel değerler açısından zengindir.	Öğrenci	4 (%1,9)	2 (%1,0)	4 (%1,9)	77 (%37,0)	121 (%58,2)	0,712
	0-5 yıl	6 (%2,5)	0 (%0)	3 (%1,2)	77 (%31,8)	153 (%64,5)	
	6-10 yıl	0 (%0)	0 (%0)	1 (%1,7)	22 (%36,7)	37 (%61,7)	
	11+ yıl	1 (%2,1)	0 (%0)	2 (%4,3)	13 (%29,8)	30 (%63,8)	
3 Türkiye termal kaynaklar bakımından önemli bir merkezdir.	Öğrenci	0 (%0)	4 (%1,9)	30 (%14,4)	104 (%50,0)	70 (%33,7)	0,001
	0-5 yıl	2 (%0,8)	0 (%0)	9 (%3,7)	97 (%40,1)	131 (%55,4)	
	6-10 yıl	0 (%0)	0 (%0)	2 (%3,3)	26 (%43,3)	32 (%53,3)	
	11+ yıl	1 (%2,1)	0 (%0)	0 (%0)	14 (%29,8)	31 (%68,1)	
4 Türkiye'nin sahip olduğu termal kaynaklar şifalıdır.	Öğrenci	1 (%0,5)	6 (%2,9)	41 (%19,7)	119 (%57,2)	41 (%19,7)	0,008
	0-5 yıl	3 (%1,2)	1 (%0,4)	38 (%15,7)	113 (%47,9)	84 (%34,7)	
	6-10 yıl	0 (%0)	2 (%3,3)	9 (%15,0)	28 (%46,7)	21 (%35,0)	
	11+ yıl	1 (%2,1)	1 (%2,1)	2 (%4,3)	22 (%48,9)	20 (%42,6)	
5 Türkiye termal turizm alanında bir markadır.	Öğrenci	2 (%1,0)	31 (%14,9)	84 (%40,4)	74 (%35,6)	17 (%8,2)	0,241
	0-5 yıl	9 (%3,7)	31 (%12,8)	73 (%30,6)	86 (%36,4)	40 (%16,5)	
	6-10 yıl	1 (%1,7)	8 (%13,3)	22 (%36,7)	19 (%31,7)	10 (%16,7)	
	11+ yıl	1 (%2,1)	5 (%10,6)	18 (%38,3)	14 (%31,9)	8 (%17,0)	
6 Türkiye'de görsel kirlenmeye yol açan tabelaların yoğunluğu dikkat çekmektedir.	Öğrenci	7 (%3,4)	16 (%7,7)	59 (%28,4)	77 (%37,0)	49 (%23,6)	0,900
	0-5 yıl	10 (%4,1)	24 (%9,9)	63 (26,4)	88 (%37,2)	54 (%22,3)	
	6-10 yıl	0 (%0)	4 (%6,7)	15 (%25,0)	26 (%43,3)	15 (%25,0)	
	11+ yıl	0 (%0)	4 (%8,5)	14 (%29,8)	17 (%38,3)	11 (%23,4)	

Tablo 4.8 Ankette Sorulan Sorulara Verilen Cevapların Meslekte Çalışma Yılına Göre Dağılımı ve İstatistiksel Sonuçları (Devamı)

7 Termal tatil seçiminde arkadaş tavsiyesi etkilidir.	Öğrenci	2 (%1,0)	7 (%3,4)	41 (%19,7)	114 (%54,8)	44 (%21,2)	0,241
	0-5 yıl	3 (%1,2)	10 (%4,1)	27 (%11,2)	146 (%61,6)	53 (%21,9)	
	6-10 yıl	1 (%1,7)	1 (%1,7)	7 (%11,7)	39 (%65,0)	12 (%20)	
	11+ yıl	0 (%0)	3 (%6,4)	2 (%4,3)	27 (%59,6)	14 (%29,8)	
8Termal tatil seçiminde daha önceki deneyimler etkilidir	Öğrenci	0 (%0)	2 (%1,0)	15 (%7,2)	112 (%53,8)	79 (%38,0)	0,347
	0-5 yıl	3 (%1,2)	4 (%1,7)	6 (%2,5)	132 (%55,8)	94 (%38,8)	
	6-10 yıl	1 (%1,7)	0 (%0)	1 (%1,7)	33 (%55,0)	25 (%41,7)	
	11+ yıl	1 (%2,1)	0 (%0)	1 (%2,1)	26 (%57,4)	18 (%38,3)	
9 Türkiye’de termal tatil seçiminde termal kaynakların bulunduğu iller ile ilgili internet siteleri etkilidir.	Öğrenci	2 (%1,0)	11 (%5,3)	57 (%27,4)	105 (%50,5)	33 (%15,9)	0,329
	0-5 yıl	8 (%3,3)	12 (%5,0)	49 (%20,2)	128 (%54,1)	42 (%17,4)	
	6-10 yıl	1 (%1,7)	3 (%5,0)	10 (%16,7)	37 (%61,7)	9 (%15,0)	
	11+ yıl	0 (%0)	4 (%8,5)	7 (%14,9)	30 (%66,0)	5 (%10,6)	
10 Termal tatil seçiminde turizm işletmelerinin reklamlarının etkisi vardır.	Öğrenci	2 (%1,0)	19 (%9,1)	51 (%24,5)	109 (%52,4)	27 (%13,0)	0,024
	0-5 yıl	3 (%1,2)	17 (%7,0)	33 (%13,6)	138 (%58,3)	48 (%19,8)	
	6-10 yıl	1 (%1,7)	2 (%3,3)	4 (%6,7)	44 (%73,3)	9 (%15,0)	
	11+ yıl	0 (%0)	5 (%10,6)	6 (%12,8)	28 (%61,7)	7 (%14,9)	
11 Basında Türkiye hakkında genel olarak olumlu görüşler yer almaktadır.	Öğrenci	13 (%6,3)	44 (%21,2)	96 (%46,2)	44 (%21,2)	11 (%5,3)	0,566
	0-5 yıl	15 (%6,2)	57 (%23,6)	94 (%39,7)	63 (%26,4)	10 (%4,1)	
	6-10 yıl	1 (%1,7)	12 (%20,0)	29 (%48,3)	18 (%30,0)	0 (%0)	
	11+ yıl	2 (%4,3)	8 (%17,0)	19 (%42,6)	14 (%29,8)	3 (%6,4)	
12 Türkiye’nin sağlık turizmi ile ilgili nezh bir imajı vardır.	Öğrenci	9 (%4,3)	34 (%16,3)	83 (%39,9)	74 (%35,6)	8 (%3,8)	0,580
	0-5 yıl	8 (%3,3)	43 (%17,8)	106 (%44,6)	70 (%28,9)	12 (%5,4)	
	6-10 yıl	1 (%1,7)	11 (%18,3)	21 (%35,0)	21 (%35,0)	6 (%10,0)	
	11+ yıl	1 (%2,1)	9 (%19,1)	20 (%42,6)	11 (%25,5)	5 (%10,6)	
13 Türkiye’de tatil yapmak bir modadır.	Öğrenci	10 (%4,8)	50 (%24,0)	66 (%31,7)	67 (%32,2)	15 (%7,2)	0,206
	0-5 yıl	18 (%7,4)	41 (%16,9)	93 (%39,3)	72 (%30,2)	15 (%6,2)	
	6-10 yıl	2 (%3,3)	16 (%26,7)	22 (%36,7)	17 (%28,3)	3 (%5,0)	
	11+ yıl	1 (%2,1)	16 (%34,0)	17 (%38,3)	8 (%17,0)	4 (%8,5)	

Türkiye güvenilir bir tatil alanıdır sorusuna verilen yanıtlarda meslekte çalışma yılına göre ayrılmış gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır ($p=0,004$). Öğrencilerin %31,7'si, 0-5 yıl çalışanların %25,6'sı, 6-10 yıl çalışanların %16,7'si ve 11+ yıl çalışanların %19,1'i kararsızım cevabını vermişlerdir. Öğrencilerin %48,6'sı, 0-5 yıl çalışanların %49,2'si, 6-10 yıl çalışanların %35,0'ı ve 11+ yıl çalışanların %42,6'sı katılıyorum cevabını vermişlerdir.

Türkiye doğal ve kültürel değerler açısından zengindir sorusuna verilen yanıtlarda meslekte çalışma yılına göre ayrılmış gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur ($p=0,712$). Öğrencilerin %58,2'si, 0-5 yıl çalışanların %64,5'i, 6-10 yıl çalışanların %61,7'si ve 11+ yıl çalışanların %63,8'i kesinlikle katılıyorum cevabını vermişlerdir.

Türkiye termal kaynaklar bakımından önemli bir merkezdir zengindir sorusuna verilen yanıtlarda meslekte çalışma yılına göre ayrılmış gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır ($p=0,001$). Öğrencilerin %14,4'ü, 0-5 yıl çalışanların %3,7'si, 6-10 yıl çalışanların %3,3'ü, kararsızım cevabını vermişlerdir. Öğrencilerin %50,0'ı, 5-10 yıl çalışanların %40,1'i, 6-10 yıl çalışanların %43,3'ü ve 11+ yıl çalışanların %29,8'i katılıyorum cevabını vermişlerdir.

Türkiye'nin sahip olduğu termal kaynaklar şifalıdır sorusuna verilen yanıtlarda meslekte çalışma yılına göre ayrılmış gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır ($p=0,008$). Öğrencilerin %2,9'u, 0-5 yıl çalışanların %0,4'ü, 6-10 yıl çalışanların %3,3'ü, 11+ yıl çalışanların %2,1'i katılmıyorum cevabını vermişlerdir. Öğrencilerin %19,7'si, 0-5 yıl çalışanların %15,7'si, 6-10 yıl çalışanların %15,0'ı, 11+ yıl çalışanların %4,3'ü kararsızım cevabını vermişlerdir. Öğrencilerin %57,2'si, 0-5 yıl çalışanların %47,9'u, 6-10 yıl çalışanların %46,7'si ve 11+ yıl çalışanların %48,9'u katılıyorum cevabını vermişlerdir.

Türkiye termal turizm alanında bir markadır şifalıdır sorusuna verilen yanıtlarda meslekte çalışma yılına göre ayrılmış gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur ($p=0,241$). Öğrencilerin %40,4'ü 6-10 yıl çalışanların %36,7'si, 11+ yıl çalışanların %38,3'ü kararsızım cevabını verirken 0-5 yıl çalışanların %36,4'ü katılıyorum cevabını vermişlerdir.

Türkiye'de görsel kirlenmeye yol açan tabelaların yoğunluğu dikkat çekmektedir sorusuna verilen yanıtlarda meslekte çalışma yılına göre ayrılmış gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur ($p=0,900$). Öğrencilerin %37,0'ı, 0-5 yıl

Çalışanların %37,2'si, 6-10 yıl çalışanların %43,3'ü ve 11+ yıl çalışanların %38,3'ü katılıyorrum cevabını vermişlerdir.

Termal tatil seçiminde arkadaş tavsiyesi etkilidir sorusuna verilen yanıtlarda meslekte çalışma yılına göre ayrılmış gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur ($p=0,241$). Öğrencilerin %54,8'i, 0-5 yıl çalışanların %61,6'sı, 6-10 yıl çalışanların %65,0'ı ve 11+ yıl çalışanların %59,6'sı katılıyorrum cevabını vermişlerdir.

Termal tatil seçiminde daha önceki deneyimler etkilidir sorusuna verilen yanıtlarda meslekte çalışma yılına göre ayrılmış gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur ($p=0,347$). Öğrencilerin %53,8'i, 0-5 yıl çalışanların %55,8'i, 6-10 yıl çalışanların %55,0'ı ve 11+ yıl çalışanların %57,4'ü katılıyorrum cevabını vermişlerdir.

Türkiye'de termal tatil seçiminde termal kaynakların bulunduğu iller ile ilgili internet siteleri etkilidir sorusuna verilen yanıtlarda meslekte çalışma yılına göre ayrılmış gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur ($p=0,329$). Öğrencilerin %50,5'i, 0-5 yıl çalışanların %54,1'i, 6-10 yıl çalışanların %61,7'si ve 11+ yıl çalışanların %66,0'ı katılıyorrum cevabını vermişlerdir.

Termal tatil seçiminde turizm işletmelerinin reklamlarının etkisi vardır sorusuna verilen yanıtlarda meslekte çalışma yılına göre ayrılmış gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır ($p=0,024$). Öğrencilerin %24,5'i, 0-5 yıl çalışanların %13,6'sı, 6-10 yıl çalışanların %6,7'si ve 11+ yıl çalışanların %12,8'i kararsızım cevabını vermişlerdir.

Basında Türkiye hakkında genel olarak olumlu görüşler yer almaktadır sorusuna verilen yanıtlarda meslekte çalışma yılına göre ayrılmış gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur ($p=0,566$). Öğrencilerin %46,2'si, 0-5 yıl çalışanların %39,7'si, 6-10 yıl çalışanların %30,0'ı ve 11+ yıl çalışanların %42,6'sı kararsızım cevabını vermişlerdir.

Türkiye'nin sağlık turizmi ile ilgili nezh bir imajı vardır sorusuna verilen yanıtlarda meslekte çalışma yılına göre ayrılmış gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur ($p=0,580$). Öğrencilerin %39,9'u, 0-5 yıl çalışanların %44,6'sı, 6-10 yıl çalışanların %35,0'ı ve 11+ yıl çalışanların %42,6'sı kararsızım cevabını vermişlerdir.

Türkiye'de tatil yapmak bir modadır sorusuna verilen yanıtlarda meslekte çalışma yılına göre ayrılmış gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur ($p=0,206$). Öğrencilerin %32,2'si katılıyorrum cevabını verirken; 0-5 yıl çalışanların

%39,3'ü, 6-10 yıl çalışanların %36,7'si ve 11+ yıl çalışanların %38,3'ü kararsızım cevabını vermişlerdir.

Tablo 4.9 Ankette Sorulan Sorulara Verilen Cevapların Daha Önce Termal Tesiste Kalmış Olma Durumuna Göre Dağılımı ve İstatistiksel Sonuçları

Anket Sorusu	Daha Önce Termal Tesiste	Kesinlikle Katılmıyorum n (%)	Katılmıyorum n (%)	Kararsızım n (%)	Katılıyorum n (%)	Kesinlikle Katılıyorum n (%)	p
1 Türkiye güvenilir bir tatil alanıdır.	Evet	12 (%4,6)	14 (%5,4)	62 (%24,1)	120 (%46,4)	51 (%19,5)	0,053
	Hayır	8 (%2,7)	27 (%9,1)	84 (%28,4)	138 (%47,3)	37 (%12,5)	
2 Türkiye doğal ve kültürel değerler açısından zengindir.	Evet	4 (%1,5)	0 (%0)	3 (%1,1)	97 (%37,2)	155 (%60,2)	0,325
	Hayır	7 (%2,4)	2 (%0,7)	7 (%2,4)	93 (%31,4)	185 (%63,2)	
3 Türkiye termal kaynaklar bakımından önemli bir merkezdir.	Evet	1 (%0,4)	0 (%0)	9 (%3,4)	115 (%44,8)	134 (%51,3)	0,002
	Hayır	2 (%0,7)	4 (%1,4)	32 (%10,8)	124 (%41,9)	132 (%45,3)	
4 Türkiye'nin sahip olduğu termal kaynaklar şifalıdır.	Evet	2 (%0,8)	3 (%1,1)	38 (%14,6)	136 (%52,9)	80 (%30,7)	0,689
	Hayır	3 (%1,0)	7 (%2,4)	52 (%17,6)	146 (%50,0)	86 (%29,1)	
5 Türkiye termal turizm alanında bir markadır.	Evet	5 (%1,9)	35 (%13,4)	92 (%36,0)	90 (%34,5)	37 (%14,2)	0,957
	Hayır	8 (%2,7)	40 (%13,5)	102 (%35,1)	106 (%35,8)	38 (%12,8)	
6 Türkiye'de görsel kirlenmeye yol açan tabelaların yoğunluğu dikkat çekmektedir.	Evet	4 (%1,5)	25 (%9,6)	72 (%27,6)	97 (%37,9)	61 (%23,4)	0,371
	Hayır	13 (%4,4)	23 (%7,8)	80 (%27,0)	110 (%37,8)	68 (%23,0)	
7 Termal tatil seçiminde arkadaş tavsiyesi etkilidir.	Evet	0 (%0)	8 (%3,1)	29 (%11,1)	157 (%60,9)	65 (%24,9)	0,028
	Hayır	6 (%2,0)	13 (%4,4)	48 (%16,2)	169 (%57,8)	58 (%19,6)	
8 Termal tatil seçiminde daha önceki deneyimler etkilidir	Evet	2 (%0,8)	0 (%0)	5 (%1,9)	145 (%56,3)	107 (%41,0)	0,011
	Hayır	3 (%1,0)	6 (%2,0)	18 (%6,1)	160 (%54,1)	107 (%36,8)	
9 Türkiye'de termal tatil seçiminde termal kaynakların bulunduğu iller ile ilgili internet siteleri etkilidir.	Evet	4 (%1,5)	13 (%5,0)	57 (%21,8)	143 (%55,6)	42 (%16,1)	0,946
	Hayır	7 (%2,4)	17 (%5,7)	66 (%22,3)	157 (%53,7)	47 (%15,9)	
10 Termal tatil seçiminde turizm işletmelerinin reklamlarının etkisi vardır.	Evet	2 (%0,8)	18 (%6,9)	47 (%18,0)	147 (%57,1)	45 (%17,2)	0,816
	Hayır	4 (%1,4)	25 (%8,4)	47 (%15,9)	172 (%58,8)	46 (%15,5)	

Tablo 4.9 Ankette Sorulan Sorulara Verilen Cevapların Daha Önce Termal Tesiste Kalmış Olma Durumuna Göre Dağılımı ve İstatistiksel Sonuçları (Devamı)

11 Basında Türkiye hakkında genel olarak olumlu görüşler yer almaktadır.	Evet	15 (%5,7)	56 (%21,5)	112 (%43,7)	67 (%25,7)	9 (%3,4)	0,915
	Hayır	16 (%5,4)	65 (%22,0)	125 (%42,9)	73 (%24,7)	15 (%5,1)	
12 Türkiye'nin sağlık turizmi ile ilgili nezih bir imajı vardır.	Evet	7 (%2,7)	53 (%20,3)	109 (%42,5)	78 (%29,9)	12 (%4,6)	0,298
	Hayır	12 (%4,1)	44 (%14,9)	121 (%40,9)	97 (%33,4)	20 (%6,8)	
13 Türkiye'de tatil yapmak bir modadır.	Evet	13 (%5,0)	49 (%18,8)	105 (%41,0)	78 (%29,9)	14 (%5,4)	0,124
	Hayır	18 (%6,1)	74 (%25,0)	94 (%31,8)	85 (%29,4)	23 (%7,8)	

Türkiye güvenilir bir tatil alanıdır sorusuna verilen yanıtlarda daha önce termal tesiste konaklama durumuna evet ve hayır diyenler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur ($p=0,053$). Evet diyenlerin %46,4'ü hayır diyenlerin %47,3'ü katılıyorum cevabını vermişlerdir.

Türkiye doğal ve kültürel değerler açısından zengindir sorusuna verilen yanıtlarda daha önce termal tesiste konaklama durumuna evet ve hayır diyenler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur ($p=0,325$). Evet diyenlerin %60,2'si hayır diyenlerin %63,2'si kesinlikle katılıyorum cevabını vermişlerdir.

Türkiye termal kaynaklar bakımından önemli bir merkezdir zengindir sorusuna verilen yanıtlarda daha önce termal tesiste konaklama durumuna evet ve hayır diyenler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır ($p=0,002$). Evet diyenlerin %3,4'ü hayır diyenlerin %10,8'i kararsızım cevabını vermişlerdir.

Türkiye'nin sahip olduğu termal kaynaklar şifalıdır sorusuna verilen yanıtlarda daha önce termal tesiste konaklama durumuna evet ve hayır diyenler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur ($p=0,689$). Evet diyenlerin %52,9'u hayır diyenlerin %50,0'ı katılıyorum cevabını vermişlerdir.

Türkiye termal turizm alanında bir markadır sorusuna verilen yanıtlarda daha önce termal tesiste konaklama durumuna evet ve hayır diyenler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur ($p=0,957$). Evet diyenlerin %36,0'ı kararsızım cevabını verirken hayır diyenlerin %35,8'i katılıyorum cevabını vermişlerdir.

Türkiye'de görsel kirlenmeye yol açan tabelaların yoğunluğu dikkat çekmektedir sorusuna verilen yanıtlarda daha önce termal tesiste konaklama durumuna evet ve hayır diyenler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur ($p=0,371$). Evet diyenlerin %37,9'u hayır diyenlerin %37,8'i katılıyorum cevabını vermişlerdir.

Termal tatil seçiminde arkadaş tavsiyesi etkilidir sorusuna verilen yanıtlarda daha önce termal tesiste konaklama durumuna evet ve hayır diyenler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır ($p=0,028$). Evet diyenlerin %60,9'u hayır diyenlerin %57,8'i katılıyorum derken, evet diyenlerin %24,9'u hayır diyenlerin %19,6'sı kesinlikle katılıyorum cevabını vermişlerdir.

Termal tatil seçiminde daha önceki deneyimler etkilidir sorusuna verilen yanıtlarda daha önce termal tesiste konaklama durumuna evet ve hayır diyenler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır ($p=0,011$). Evet diyenlerin %0'ı hayır diyenlerin %2,0'ı katılmıyorum cevabını verirken, evet diyenlerin %1,9'u hayır diyenlerin %6,1'i kararsızım cevabını vermişlerdir.

Türkiye'de termal tatil seçiminde termal kaynakların bulunduğu iller ile ilgili internet siteleri etkilidir sorusuna verilen yanıtlarda daha önce termal tesiste konaklama durumuna evet ve hayır diyenler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur ($p=0,946$). Evet diyenlerin %55,6'sı hayır diyenlerin %53,7'si katılıyorum cevabını vermişlerdir.

Termal tatil seçiminde turizm işletmelerinin reklamlarının etkisi vardır sorusuna verilen yanıtlarda daha önce termal tesiste konaklama durumuna evet ve hayır diyenler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur ($p=0,816$). Evet diyenlerin %57,1'i hayır diyenlerin %58,8'i katılıyorum cevabını vermişlerdir.

Basında Türkiye hakkında genel olarak olumlu görüşler yer almaktadır sorusuna verilen yanıtlarda daha önce termal tesiste konaklama durumuna evet ve hayır diyenler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur ($p=0,915$). Evet diyenlerin %43,7'si hayır diyenlerin %42,9'u kararsızım cevabını vermişlerdir.

Türkiye'nin sağlık turizmi ile ilgili nezih bir imajı vardır sorusuna verilen yanıtlarda daha önce termal tesiste konaklama durumuna evet ve hayır diyenler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur ($p=0,298$). Evet diyenlerin %42,5'i hayır diyenlerin %40,9'u kararsızım cevabını vermişlerdir.

Türkiye'de tatil yapmak bir modadır sorusuna verilen yanıtlarda daha önce termal tesiste konaklama durumuna evet ve hayır diyenler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur ($p=0,124$). Evet diyenlerin %41,0'ı hayır diyenlerin %31,8'i kararsızım cevabını vermişlerdir.

Tablo 4.10 Ankette Sorulan Sorulara Verilen Cevapların ‘Sağlık Turizmi Hakkında Bilgili Misiniz?’ Sorusunun Cevabına Göre Dağılımı ve İstatistiksel Sonuçları

Anket Sorusu	Sağlık Turizmi Hakkında Bilgi Sahibi	Kesinlikle Katılmıyorum n(%)	Katılmıyorum n(%)	Kararsızım n(%)	Katılıyorum n(%)	Kesinlikle Katılıyorum n(%)	p
1 Türkiye güvenilir bir tatil alanıdır.	Evet	11 (%3,4)	17 (%5,3)	74 (%23,1)	157 (%49,8)	59 (%18,4)	0,015
	Hayır	9 (%3,8)	24 (%10,2)	73 (%30,9)	100 (%42,8)	29 (%12,3)	
2 Türkiye doğal ve kültürel değerler açısından zengindir.	Evet	4 (%1,2)	1 (%0,3)	0 (%0)	96 (%29,9)	217 (%68,5)	0,001
	Hayır	7 (%3,0)	1 (%0,4)	10 (%4,2)	94 (%39,8)	123 (%52,5)	
3 Türkiye termal kaynaklar bakımından önemli bir merkezdir.	Evet	1 (%0,3)	0 (%0)	6 (%1,9)	132 (%41,1)	179 (%56,7)	0,001
	Hayır	2 (%0,8)	4 (%1,7)	35 (%14,8)	108 (%46,2)	86 (%36,4)	
4 Türkiye’nin sahip olduğu	Evet	2 (%0,6)	3 (%0,9)	34 (%10,6)	163 (%51,7)	116 (%36,1)	0,001
	Hayır	3 (%1,3)	7 (%3,0)	56 (%23,7)	119 (%50,8)	50 (%21,2)	
5 Türkiye termal turizm alanında bir markadır.	Evet	6 (%1,9)	36 (%11,2)	99 (%30,8)	120 (38,3)	57 (%17,8)	0,001
	Hayır	7 (%3,0)	39 (%16,5)	99 (%41,9)	72 (%30,9)	1 (%7,6)	
6 Türkiye’de görsel kirlenmeye yol açan tabelaların yoğunluğu dikkat çekmektedir.	Evet	9 (%2,8)	25 (%7,8)	82 (%25,59)	120 (%38,3)	82 (%25,5)	0,478
	Hayır	8 (%3,4)	23 (%9,7)	70 (%29,7)	87 (%37,3)	47 (%19,9)	
7 Termal tatil seçiminde arkadaş tavsiyesi etkilidir.	Evet	2 (%0,6)	12 (%3,7)	40 (%12,5)	191 (%60,4)	73 (%22,7)	0,592
	Hayır	4 (%1,7)	9 (%3,8)	37 (%15,7)	135 (%57,6)	50 (%21,2)	
8 Termal tatil seçiminde daha önceki deneyimler etkilidir	Evet	3 (%0,9)	4 (%1,2)	5 (%1,6)	164 (%52,0)	142 (%44,2)	0,001
	Hayır	2 (%0,8)	2 (%0,8)	18 (%7,6)	139 (%59,3)	74 (%31,4)	
9 Türkiye’de termal tatil seçiminde termal kaynakların bulunduğu iller ile ilgili internet siteleri etkilidir.	Evet	6 (%1,9)	14 (%4,4)	68 (%21,2)	176 (%55,8)	54 (%16,8)	0,675
	Hayır	5 (%2,1)	16 (%6,8)	55 (%23,3)	124 (%53,0)	35 (%14,8)	
10 Termal tatil seçiminde turizm işletmelerinin reklamlarının etkisi vardır.	Evet	4 (%1,2)	21 (%6,5)	43 (%13,4)	192 (%60,7)	58 (%18,1)	0,052
	Hayır	2 (%0,8)	22 (%9,3)	51 (%21,6)	127 (%54,2)	33 (%14,0)	

Tablo 4.10 Ankette Sorulan Sorulara Verilen Cevapların ‘Sağlık Turizmi Hakkında Bilgili Misiniz?’ Sorusunun Cevabına Göre Dağılımı ve İstatistiksel Sonuçları (Devamı)

11 Basında Türkiye hakkında genel olarak olumlu görüşler yer almaktadır.	Evet	15 (%4,7)	73 (%22,7)	136 (%43,3)	84 (%26,2)	10 (%3,1)	0,370
	Hayır	16 (%6,8)	48 (%20,3)	101 (%43,2)	56 (%23,7)	14 (%5,9)	
12 Türkiye’nin sağlık turizmi ile ilgili nezh bir imajı vardır.	Evet	6 (%1,9)	61 (%19,0)	133 (42,4)	101 (%31,5)	17 (%5,3)	0,149
	Hayır	13 (%5,5)	36 (%15,3)	96 (%40,7)	75 (%32,2)	15 (%6,4)	
13 Türkiye’de tatil yapmak bir modadır.	Evet	19 (%5,9)	67 (%20,9)	115 (%36,4)	98 (%30,8)	19 (%5,9)	0,795
	Hayır	12 (%5,1)	56 (%23,7)	83 (%35,6)	66 (%28,0)	18 (%7,6)	

Türkiye güvenilir bir tatil alanıdır sorusuna sağlık turizmi hakkında bilgi sahibiyim ifadesine evet ve hayır diyenler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır ($p=0,015$). Evet diyenlerin %5,3’ü hayır diyenlerin %10,2’si katılmıyorum derken, evet diyenlerin %23,1’i hayır diyenlerin %30,9’u kararsızım cevabını vermişlerdir.

Türkiye doğal ve kültürel değerler açısından zengindir sorusuna sağlık turizmi hakkında bilgi sahibiyim ifadesine evet ve hayır diyenler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır ($p=0,001$). Evet diyenlerin %0’ı, hayır diyenlerin %4,2’si kararsızım derken, evet diyenlerin %29,9’u hayır diyenlerin %39,8’i katılıyorum cevabını vermişlerdir.

Türkiye termal kaynaklar bakımından önemli bir merkezdir sorusuna sağlık turizmi hakkında bilgi sahibiyim ifadesine evet ve hayır diyenler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır ($p=0,001$). Evet diyenlerin %0’ı hayır diyenlerin %1,7’si katılmıyorum, evet diyenlerin %1,9’u hayır diyenlerin %14,8’i kararsızım, evet diyenlerin %41,1’i hayır diyenlerin %46,2’si katılıyorum cevabını vermişlerdir.

Türkiye’nin sahip olduğu termal kaynaklar şifalıdır sorusuna sağlık turizmi hakkında bilgi sahibiyim ifadesine evet ve hayır diyenler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır ($p=0,001$). Evet diyenlerin %0,9’u hayır diyenlerin %3,0’ı katılmıyorum, evet diyenlerin %10,6’sı hayır %23,7’si kararsızım, evet diyenlerin %51,7’si hayır diyenlerin %50,8’i katılıyorum yanıtını vermişlerdir.

Türkiye termal turizm alanında bir markadır sorusuna sağlık turizmi hakkında bilgi sahibiyim ifadesine evet ve hayır diyenler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir

fark vardır ($p=0,001$). Evet diyenlerin %11,2'si hayır diyenlerin %16,5'i katılmıyorum, evet diyenlerin %30,8'i hayır diyenlerin %41,9'u kararsızım, evet diyenlerin %17,8'i hayır diyenlerin %7,6'sı kesinlikle katılıyorum cevabını vermişlerdir.

Türkiye'de görsel kirlenmeye yol açan tabelaların yoğunluğu dikkat çekmektedir sorusuna sağlık turizmi hakkında bilgi sahibiyim ifadesine evet ve hayır diyenler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur ($p=0,478$). Evet diyenlerin %38,3'ü hayır diyenlerin %37,3'ü katılıyorum cevabını vermişlerdir.

Termal tatil seçiminde arkadaş tavsiyesi etkilidir sorusuna sağlık turizmi hakkında bilgi sahibiyim ifadesine evet ve hayır diyenler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur ($p=0,592$). Evet diyenlerin %60,4'ü hayır diyenlerin %57,6'sı katılıyorum cevabını vermişlerdir.

Termal tatil seçiminde daha önceki deneyimler etkilidir sorusuna sağlık turizmi hakkında bilgi sahibiyim ifadesine evet ve hayır diyenler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır ($p=0,001$). Evet diyenlerin %1,2'si hayır diyenlerin %0,8'i katılmıyorum, evet diyenlerin %1,6'sı hayır diyenlerin %7,6'sı kararsızım ve evet diyenlerin %52,0'ı hayır diyenlerin %59,3'ü katılıyorum cevabını vermişlerdir.

Türkiye'de termal tatil seçiminde termal kaynakların bulunduğu iller ile ilgili internet siteleri etkilidir sorusuna sağlık turizmi hakkında bilgi sahibiyim ifadesine evet ve hayır diyenler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur ($p=0,675$). Evet diyenlerin %55,8'i hayır diyenlerin %53,0'ı katılıyorum cevabını vermişlerdir.

Termal tatil seçiminde turizm işletmelerinin reklamlarının etkisi vardır sorusuna sağlık turizmi hakkında bilgi sahibiyim ifadesine evet ve hayır diyenler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur ($p=0,052$). Evet diyenlerin %60,7'si hayır diyenlerin %54,2'si katılıyorum cevabını vermişlerdir.

Basında Türkiye hakkında genel olarak olumlu görüşler yer almaktadır sorusuna sağlık turizmi hakkında bilgi sahibiyim ifadesine evet ve hayır diyenler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur ($p=0,370$). Evet diyenlerin %43,3'ü hayır diyenlerin %43,2'si kararsızım cevabını vermişlerdir.

Türkiye'nin sağlık turizmi ile ilgili nezih bir imajı vardır sorusuna sağlık turizmi hakkında bilgi sahibiyim ifadesine evet ve hayır diyenler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur ($p=0,149$). Evet diyenlerin %42,4'ü hayır diyenlerin %40,7'si kararsızım cevabını vermişlerdir.

Türkiye'de tatil yapmak bir modadır sorusuna sağlık turizmi hakkında bilgi sahibiyim ifadesine evet ve hayır diyenler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark

yoktur ($p=0,795$). Evet diyenlerin %36,4'ü hayır diyenlerin %35,6'sı kararsızım cevabını vermişlerdir.

Tablo 4.11 Antalya’da Hizmet Veren Fizik Rehabilitasyon Merkezlerinin Olanaklarına İlişkin Çalışanların Görüşleri

Konu	Seçenek	N	f	%
Yabancı Dil Bilme	Evet	12	11	91.7
	Hayır		1	8.3
Reklam Çalışması	Evet	12	7	58.3
	Hayır		5	41.7
Kalite Yönetim	Evet	12	5	41.7
	Hayır		6	58.3
Teşvik	Evet	12	7	58.3
	Hayır		5	41.7
Yabancı Hasta Tedavisi	Evet	12	8	66.7
	Hayır		4	33.3
Yabancı Hasta Tedavisi İçin Personel	Evet	12	4	33.3
	Hayır		8	66.7

Fizyoterapi çalışanları ve öğrencileri haricinde Antalya ilinde yer alan ve Fizik Tedavi ve Rehabilitasyon hizmeti veren 12 birimden 12 katılımcının sağlık turizmi açısından olanaklarını tespit etmek için toplam 7 soruluk kategorik soruların yer aldığı bir anket formu hazırlanarak uygulanmıştır. Bu anket formunda yer alan soruların 6’sı Tablo 4.11’de yer almaktadır. Ankette yer alan bazı soruların “Evet ise lütfen açıklayınız” ibaresi bulunduğu ve bir soruda ise birden fazla seçenek barındırdığı için sonraki tablolarda verilmiştir. Ankette yer alan soruların ölçmek istediği konu alanı Tablo 4.11’de ilk sütunda verilmiştir. Tablo 4.11 incelendiğinde bu konu alanlarının, personelin yabancı dil bilmesi, kuruluşun gerekli reklam çalışması, kalite yönetim sistemi (Akreditasyon, ISO, JCI vb.), kurs ve kongre gibi bilimsel çalışmalarla teşvik etme, yabancı hasta tedavi etme çalışmaları ve yabancı hasta tedavisi için yeterli donanımlı, belgelendirilmiş personelin var olup olmadığı gibi alanlar olduğu görülmektedir. Fizik tedavi ve rehabilitasyon hizmeti veren 12 birimde çalışan personelin yabancı dil bilme durumları incelendiğinde yabancı dil bilen personel sayısının bulunduğu kuruluş sayısı 11 iken yabancı dil bilmeyen personelin olduğu 1 kuruluş olduğu görülmektedir. Antalya’daki Fizik tedavi ve rehabilitasyon hizmeti veren birimlerde yabancı dil bilen personele sahip olan birimlerin fazla olduğu görülmektedir. Bu bulgu, Antalya’da yaşayan yabancı yerleşik sayısının fazla olması ve

turizm alanında yabancı turistlerin fazlaca tercih ettiği bir şehir olmasından kaynaklanıyor olabilir.

Fizik tedavi ve rehabilitasyon hizmeti veren 12 birimde yer alan reklam çalışmaları incelendiğinde birim çalışanlarının görüşlerine göre 7 birimin gerekli reklam çalışmasını yaptığı, 5 birimin ise reklam faaliyetlerinde yetersiz olduğu şeklinde görüş belirttikleri görülmektedir. Bu bulgu, Antalya’da bu alana yönelik hizmet veren birimlerin bir kısmının önem verdiği bir kısmının ise önemsemediği ya da ihtiyaç duymadığı şeklinde yorumlanabilir.

Fizik tedavi ve rehabilitasyon hizmeti veren 12 birimin kalite yönetim sisteminin bulunup bulunmadığına ilişkin yöneltilen soruya ise bir katılımcı dönüt vermezken 6 katılımcı kalite yönetim sisteminin bulunmadığını, 5 katılımcı ise kalite yönetim sisteminin bulunduğunu belirtmişlerdir. Bu bulgu, ildeki bu alana yönelik hizmet veren birimlerin yarısında kalite yönetim sisteminin bulunmadığını göstermektedir. Birimlerin yarısının kalite yönetim sistemine sahip olmaması hizmet kalitesinin vasatın altında olduğu şeklinde ifade edilebilir.

Fizik tedavi ve rehabilitasyon hizmeti veren 12 birimin çalışanlarını kurs ve kongre gibi bilimsel çalışmalara katılımını teşvik edip etmediğine ilişkin yöneltilen soruya katılımcıların 7’sinin “Evet”, 5’inin ise “Hayır” cevabını verdiği görülmektedir. Bu bulgu ise Antalya’da bu alana yönelik hizmet veren birimlerin çalışanlarının bilimsel olarak donanıma sahip olmalarını istediği şeklinde ifade edilebilir.

Tablo 4.4 incelendiğinde son iki sorunun birbiriyle bağlantılı olduğu görülmektedir. Fizik tedavi ve rehabilitasyon hizmeti veren 12 birimin 8’inin yabancı hastalara yönelik tedavi hizmetleri bulunurken 4’ünde ise bulunmadığı görülmektedir. Diğer yandan yabancı hastaları tedavi hizmetinde donanımlı çalışan birey sayısı incelendiğinde ise 12 birimden 4’ünün donanımlı birey bulundurduğu 8’inin ise bulundurmadığı görülmektedir. Antalya’da bu alana yönelik hizmet veren birimlerin üçte birinin donanımlı çalışan bulundururken kalan dilimde ise donanımlı birey bulundurulmadığı ancak hasta tedavisi hizmeti veren birimlerin de bulunduğu görülmektedir. Bu bulgu, bazı birimlerin yabancı hastalara tedavi hizmetlerini belgelendirilmemiş çalışanlar aracılığıyla sundukları şeklinde ifade edilebilir.

Tablo 4.12 Antalya’da Hizmet Veren Fizik Tedavi ve Rehabilitasyon Merkezlerindeki Cihazlara İlişkin Veriler

Kullanılan Cihaz Adı	Merkez Sayısı
Elektroterapi Cihazları	12
Tilt Table	9
ESWT	8
Traksiyon	8
Uzay Terapisi	4
Robotik Rehabilitasyon	1

Antalya’da hizmet veren fizik rehabilitasyon merkezlerindeki cihazlara ilişkin verilerin yer aldığı Tablo 4.12 incelendiğinde çeşitli birimlerde farklı türlerde cihazların olduğu görülmektedir. Bu cihazlar içinde bütün akım çeşitlerine sahip elektroterapi cihazlarının tüm birimlerde yer aldığı (f=12) görülmektedir. Tilt Table cihazına sahip olan birim sayısının 9 olduğu, ESWT (şok dalga tedavisi) cihazının ve Traksiyon cihazının 8 birimde olduğu, 4 birimde uzay terapisi hizmeti sunulduğu ve robotik rehabilitasyon cihazının ise 1 birimde bulunduğu görülmektedir.

5. TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

Çalışmamızda 557 fizyoterapist ve fizik tedavi ve rehabilitasyon öğrencisine Türkiye'nin sağlık turizmi durumu hakkında sorular sorulmuştur. Ayrıca Antalya'da bulunan merkezlerin sağlık turizmi için gerekli alt yapıya sahip olup olmadığı araştırılmıştır. Anketlere katılanların çoğunluğunu kadın ve yaş ortalaması 18-29 olan kişiler oluşturmaktadır. Genel anlamda katılımcılar Türkiye'nin turizm için yeteri düzeyde doğal ve tarihi güzelliklerinin olduğunu düşünmektedirler. Fakat basında gösterilen Türkiye imajının olumlu olmadığını düşünmektedirler. Özellikle sağlık turizmi imajının olumsuz görüşü hâkim olduğu söylenebilir. Sağlık turizmi faaliyetlerinin fizik tedavi hizmetlerindeki artış ve kaliteyle artabileceği de düşünülmektedir. Özellikle de termal ve medikal sağlık turizmi artarsa yabancı hasta sayısının artacağı yönünde görüşler vardır. Bu sebeple de fizik tedavi ve rehabilitasyon lisans derslerine sağlık turizmi adı altında ders eklenmesi gerektiği anketlerde belirtilmiştir. Fizik tedavi merkezlerinin yeterliliği ile ilgili yapılan anketlerde de genel anlamda kurumların yetersiz olduğu söylenebilir. Merkezlerde temel fizik tedavi ajanları bulunmasına karşın tam teşekküllü cihazlara sahip bir merkez bulunmaktadır. Yabancı dil bilen çalışan sayıları yüksek oranda olmasına karşın gelen yabancı hastalarla özel olarak ilgilenecek personel eksikliği olduğu söylenebilir. Ayrıca kaliteli yönetim eksiliği ve genel anlamda merkezlerin reklam çalışmasında pek katılım göstermedikleri belirtilmiştir. Sağlık turizmi için yeterince teşvik yapılmadığı ve çalışan personelin bu konuda kendilerini geliştirmeleri için yönetsel eksiklerin olduğu söylenebilir. Kurslar ve kongrelere katılım için personel teşvik oranının düşük olduğu söylenebilir. Günümüzde artık akreditasyon büyük önem arz etmektedir. Bu sebeple birçok kurum akredite olmak için başvuru yapmakta ve kişilerin bu kurumları seçmesinde büyük etken olmaktadır. Antalya'daki merkezlerin çoğunda akreditasyon bulunmadığı belirtilmiştir.

Bu bölümde elde ettiğimiz sonuçlarla benzer makalelerin sonuçları karşılaştırılacaktır. Yapılan taramada fizyoterapist ve öğrencilerinin sağlık turizmi algısı üzerine çalışma bulunamamıştır fakat Antalya'nın sağlık turizmi konusunda yeterliliğine ilişkin aynı kategoride olmasa da çalışmalar mevcuttur.

Yalçın (77) tarafından yazılan Antalya ili sağlık turizmi potansiyeli araştırması adlı çalışmada Antalya ilinin sağlık turizmi açısından büyük potansiyele sahip olduğu gösterilmiştir. Gelen turistlerden yüksek kazanç elde edilebileceği uygun alt yapının da

olduğu dile getirilmiştir. Sağlık turizmi alt başlıklarından her birine uygun iklim ve doğa koşullarına sahip olan Antalya bu konuda ciddi başarılar elde edilebilecek bir merkez olarak gösterilmesine karşın nitelikli sağlık kurumları ve yetersiz reklam sebebiyle gereken değeri gösteremediği açıkça anlatılmıştır. Yaptığımız çalışmada da Antalya'daki bazı fizik tedavi ve rehabilitasyon uygulamaları yapan merkezlerin cihaz yeterliliği araştırılmış ve merkezlerin gerekli uygulama cihazlarına sahip olduğu fakat ileri tedavi için yeterli alt yapısının olmadığı bulunmuştur. Bunun sonucu olarak kişilerin Antalya'yı tercih etme oranını düşüreceği söylenebilir. İnsanlar sağlık turizminde yaşadıkları yerden başka yerleri seçme sebeplerinden birisi de bulundukları ülkede yapılacak tedavi için gerekli ekipman olmamasıdır. Bu durum göz önüne alınınca sağlık turizmi için teknolojik olarak gerekli cihazların bulunması büyük önem arz etmektedir.

Adıgüzel (87), Kuşadası sağlık turizmi potansiyelinin araştırılması adlı çalışmasında, araştırmaya katılanların destinasyon için az veya yanlış tanıtım yapıldığı yönünde görüşleri olduğunu bildirmiştir. Özellikle ülke dışında yapılan kongre, festival gibi tanıtım alanlarında sadece sağlık personelleri değil Türkiye'nin tarihi ve doğal güzelliklerini de tanıtabilecek uzman personellerin bulunması gerektiği bildirilmiştir. Çalışmamızda da Türkiye'nin doğal ve tarihi özellikler bakımından çok zengin olduğu sonucuna varılsa da nezih bir imaja sahip olması konusunda ankete katılan kişilerin çoğunlukla kararsız olduğu görülmüştür. Başka çalışmalarla benzer şekilde çalışmamızda da bunun sebebinin yeterli tanıtım yapılmaması olarak gösterilebilir.

Uysal Şahin ve ark (88) tarafından sağlık turizminin geleceğiyle ilgili yapılan SWOT analizinde Türkiye'nin bu konuda güçlü ve zayıf yönleri, fırsatları ve tehditleri ortaya konulmuştur. Sonuç olarak çok büyük bir potansiyel olduğu ve gerekli çalışmaların yapılması sonucu çok büyük ilerleme kat edilebileceği belirtilmiştir. Yaptığımız çalışmada da Türkiye'nin potansiyelini değerlendirmek amaçlı tarihi ve doğal güzellikleri hakkındaki farkındalıkları sorulmuş ve genellikle potansiyel olarak yüksek avantaja sahip olduğu cevapları alınmıştır. Fakat Türkiye'nin hala bu konuda markalaşmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Sağlık turizminde faaliyet sadece turizm değil aynı zamanda sağlık hizmeti de almaktır. Bu sebeple tarihi ve doğal güzellikler yanında ülkemizde verilen sağlık hizmetleri kalitesi de arttırılmalıdır. Yapılacak olan tedavilerde kaliteli hizmet vermek ülkemizin markalaşma yolunda atacağı en önemli adımlardan birisidir. Fizik tedavi açısından ise özellikle termal kaynaklar açısından zengin olması

büyük avantaj sağlarken, akredite olan kurumların azlığı ise ülkemizin bu konuda marka olmasına halen uzak olduğunu göstermektedir.

Gümüş R (89)'nin yaptığı bir çalışma Türkiye'nin sağlık turizmi açısından destinasyon, ulaşım kolaylığı, dini benzerlikler, fiyat uygunluğu gibi çok değerli özelliklere sahip olduğunu göstermektedir. Kişiler sağlık turizmi için seçecekleri bölgelerde sadece verilen sağlık hizmeti kalitesine değil ek olarak o kişilerin yaşam tarzlarına uygunluğuna da bakmaktadırlar. Çünkü kültürel etkenler kişilerin bir bölgeyi tercih edip etmemesinde büyük etkisi vardır. Ülkemiz ulaşımı kolay ve verilen sağlık hizmetleri fiyat uygunluğu yanında kalite olarak da yüksek standartlara sahiptir. Uyguladığımız anket sorularında da destinasyon olarak ülkemiz büyük avantajlara olmasına karşın halen sağlık turizminde istenen potansiyele ulaşamaması dikkat çekmektedir. Bunun sebebi olarak yeterli reklam ve markalaşma yapılmadığı için yeteri kadar bu avantajların kullanılmadığı sonucuna ulaşılabilir.

Horton ve Cole (90) çalışmasında günümüz dünyasında teknolojinin çok ilerlediğini ve 4.0 teknolojinin hayatımızın her alanında kullanılması gerektiği belirtilmiştir. Reklam çalışması ve kurumların organizasyon çalışmalarında teknoloji büyük etkiye sahiptir. Böylelikle gelecek olan turist yaptığı rezervasyona daha güven duyacak ve talep artışına sebep olacaktır. Bu durum ayrıca organizasyonda oluşabilecek diğer problemlerin de önüne geçilmiş olacağı belirtilmiştir. Çalışmamızda da Türkiye'de termal tesis seçiminde internet sitelerinin etkisi ve reklamın etkisi sorulmuştur. Alınan cevaplarda internet sitelerinin ve reklam çalışmalarının yabancı turistlerin seçimi için etkin olabileceği belirtilmiştir. Son teknolojik gelişimler her sektörde olduğu gibi sağlık turizmi sektöründe de kullanılırsa ülkemize gelen yabancı hasta sayısında artışa neden olabileceği söylenebilir.

Momeni ve ark. (91) yaptıkları çalışmada bir bölgenin sağlık turizminde gelişebilmesi için bölgenin fırsatlarının geliştirilmesi gerektiği ve zayıf yönlerinin de tespit edilerek giderilmesi gerektiği üzerinde durmuşlardır. Çalışmamızda da aynı şekilde Antalya için fizik tedavi merkezlerinin avantajları ve dezavantajları araştırılmış, bazı merkezlerin cihaz konusunda eksikleri olduğu bazı merkezlerin de kaliteli personel konusunda eksikleri olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca merkezlerin reklam çalışmaları ve çalışanlarının kalifikasyonunun artması için gerekli teşviklerin yeteri kadar yapmadığı anlaşılmaktadır. Bu gibi eksik yönlerin giderilmesi durumunda sağlık turizminde Antalya için artış olabileceği düşünülebilir.

Dağlı M (92) çalışmasında turizm fakültesi öğrencileri ve tıp fakültesi öğrencilerinin sağlık turizmi algıları üzerine çalışma yapmış ve turizm fakültesi öğrencilerinin algılarının daha yüksek olduğu sonucuna ulaşmıştır. Olasılıkla sağlık turizmi ile ilgili derslerin konu ile ilgili algıyı olumlu yönde değiştirmesi mümkün görülmektedir. Çalışmamızda da algının olumlu yönde değiştirilmesi için katılımcıların çoğunluğu sağlık turizmi dersinin konulara eklenmesi gerektiğini belirtmiştir. Böylelikle fizik tedavi ve rehabilitasyon öğrenci ve çalışanlarının sağlık turizm algısının artacağı düşünülebilir. Fizyoterapi çalışanlarını ve öğrencilerinin algılarının artmasına bağlı olarak kurumları sağlık turizmi alanında daha fazla katkı sağlamalarını sağlayabilirler. Bunun sonucu olarak kurumlar bu konuda daha fazla yatırım yaparak sağlık turizminin gelişmesine katkı sağlayabilirler.

Karadayı Usta ve Serdar Asan (93) “pandemi döneminde medikal turizm engelleri analizi” adlı çalışmalarında, Covid-19 pandemisi ilan edilmesinden sonra ulaşımda meydana gelen kısıtlamalar sonucu medikal turizmin ciddi oranda etkilendiğini belirtmiştir. Sağlık turizminin gerçekleşebilmesi için gidilecek olan destinasyonun özellikle ulaşım koşulları uygun ve ulaşılabilir olması gerekmektedir. Pandemi süreci bu durumu ciddi oranda etkilemektedir. Ayrıca otellerde konaklama faaliyetlerinde de pandemi sürecinin kötü etkileri olmuştur. Özellikle termal turizmde konaklama faaliyeti büyük önem arz etmektedir. Çalışmamızda termal kaynaklar açısından zengin olan ülkemiz bu sebeplerden dolayı pandemi sürecinden olumsuz etkilendiği söylenebilir.

Aydemir B ve ark (94) Türkiye’de ve dünyada üçüncü yaş turizmi konusunda 2018 de yapılan bir çalışmada genel olarak artma eğiliminde bulunan yaşlı popülasyonun sağlık turizminin önemli bir kolu olan ‘Yaşlı Turizm’ini doğal süreç içerisinde çok önemli bir potansiyel haline getirdiğini gözler önüne sermiştir. Anketimizde de sağlık turizminin alt başlıklarından olan üçüncü yaş turizmini içerecek şekilde fizik tedavi ve rehabilitasyonla ilgisinin olup olmadığı sorulmuş ve yaklaşık üçte bir kişinin bağlantılı olmadığını belirttiği görülmüştür. İleri yaşla birlikte kişiler kas ve eklem rahatsızlığı büyük oranda artar. Bu rahatsızlıkların tedavisi ise fizik tedavi ile mümkündür. İleri yaş grubu kişiler bu sebeple fizik tedavi açısından potansiyeli yüksek olan yaş grubudur. Fakat anketimizden de çıkan sonuç gibi bu alanda ne yazık ki yeteri kadar ilgi gösterilmemektedir. Bu sebeple büyük potansiyele sahip üçüncü yaş turizminin tam olarak avantajlarının kullanılmadığı söylenebilir.

Hosseini ve ark. (95) bir yerin iklim koşulları, ulaşımı önemli olmakla birlikte yenilikleri takip ederek bunların tanıtımının yapılmasının üstünde durmuşlardır. Yani turizm ve sağlık turizminde tarihi ve doğal güzelliklerin yanında sağlık hizmetlerinin tanıtılması, kongrelere katılım gibi sosyal organizasyonların önemi anlatılmıştır. Ayrıca sağlık alanında yeni bulunan her türlü cihaz ve ekipmanlar takip edilmeli, sağlık kurumu için katkı sağlayacak ekipmanlar envantere eklenmelidir. Çalışmamızda Antalya’da bulunan merkezlerin personellerini kongre gibi geliştirici çalışmalara teşvikleri sorulmuş ve genel anlamda çok önemsenmediği sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca tanıtım ve reklam soruları da sorulmuş ve bu konuda da eksikler olduğu katılan kişiler tarafından belirtilmiştir. Çalışmamızda Türkiye’nin sağlık turizmi konusundaki imajı sorulmuş ve imajın olumlu olmadığı belirtilmiştir. Olumlu bir imajın elde edilmesi için reklam, tanıtım ve kongre katılımı gibi çeşitli etkinliklerin arttırılması yönünde adımlar atılması gerektiği sonucuna ulaşılabilir. Özellikle ülkemizde Antalya’da kongreler sık sık düzenlenmektedir. Fakat sağlık sektöründe çalışan personellerin yurtiçi ve yurtdışı kongrelere katılım teşvikleri yeterli düzeyde değildir.

Altsoy S ve ark (96)’ın hastanelerin sağlık turizmi açısından mevcut sorunlarını tespit etmeyi ve çözüm sunmayı hedefledikleri bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Çalışmada, halkla ilişkiler ve pazarlama, insan kaynakları, hasta hakları, etik, hastanenin altyapısı, sağlık turizmiyle ilgili finansal teşvikler ve sağlık turistleri ele alınmıştır. Bu alanlarda ortaya çıkan sorunların çözümü için hizmet içi eğitim ve devlet desteği gerektiğini özellikle vurgulamışlardır. Çalışmamızda Antalya’daki merkezlerde yabancı dil bilme oranı yüksek olmasına karşın sağlık turizmine teşvik oranının biraz daha düşük olduğu bulunmuştur. Ayrıca gelen yabancı hastaların tedavisi için özel olarak bulunan personel sayısının yeterli olmadığı sonucuna ulaşılabilir. Altsoy S ve ark çalışmalarına benzer şekilde çalışmamızda merkezlerin bu konularda gelişim göstermesi için hizmet içi eğitim ve devlet teşvikinin arttırılması gerektiği sonucuna ulaşılabilir.

Acar N ve ark. (7)’in çalışmasında Ahi Evran Üniversitesi Eğitim ve Araştırma Hastanesi fizik tedavi kliniği uygun termal kaynak suyu olması ve konaklama için yeterli konfora sahip olmasına karşın yatak ve personel sayısı yetersizliği nedeniyle sadece yöre insanına hizmet edebildiklerini bulmuşlardır. Çalışmamızda da Türkiye’nin özellikle termal kaynaklar açısından büyük avantajlarının olduğu belirtilmiştir.

Yerel sağlık turizmi dışında yurtdışı kaynaklı sağlık turizminin arttırılması için dil gereksinimi bulunmaktadır. Antalya’daki merkezlerin yeterlilik konusundaki ankette ise yabancı dil bilen personelin yeterli miktarda olduğu fakat yabancı hastalar için özel

olarak yeterli sayıda personel bulunmadığı sonucuna ulaşılabilir. Çalışan kişiler gerek sosyal çevre kaynaklı gerekse öğrenim hayatlarında gördükleri dersler sayesinde İngilizce dil bilgileri mevcut olmasına karşın sağlıkla ilgili terimler konusunda özellikli dil bilgisi düzeyi düşüktür.

Baynal Doğan ve ark. (57) tarafından yapılan “ileri yaş ve engelli turizmi hedef kitesine yönelik Bolu ili sağlık serbest bölgesi tasarımı” adlı çalışmada ilin sağladığı konumsal avantajla birlikte ilde bulunan ve aktif bir şekilde kullanılan fizik tedavi hastanesinin bölge için büyük avantaj olduğu sonucuna varılmıştır. Ayrıca hastanede bulunan son teknoloji cihazlar, (robotik rehabilitasyon, fizik tedavide kullanılan elektronik aletler) merkezde yapılan fizik tedavi uygulamaları (ergoterapi, hidroterapi, el rehabilitasyonu, konuşma terapisi) üçüncü yaş turizmi için oldukça önem arz etmektedir. Antalya’daki merkezlerde yapılan anketlerde ise robotik rehabilitasyon yapabilecek bir merkezin olduğu görülmüştür. Diğer uygulamalar için temel cihazlar olmasına karşın ekipman konusunda Antalya’daki merkezlerin eksiklikler yaşadığı söylenebilir. Ayrıca Türkiye’ye gelen yabancı hasta sayısını arttırmaya yönelik çalışmalarda sağlık turizminin alt başlıklarından hangisi üzerine daha çok çalışılması gerektiği sorusuna da medikal ve termal turizm cevapları daha çok verilmiştir. Yaşlı turizmi ise daha geri planda kalmıştır. Yaşlı turizminin potansiyelinin yüksek olduğu konusunda farkındalığın düşük olduğu sonucuna varılabilir. Günümüz dünyasında dünya nüfusu gittikçe yaşlanmaktadır. İleri yıllarda daha da büyük öneme sahip olacak olan yaşlı turizminin arttırılması için kişilerin ve kurumların sağlık turizmi alanındaki eksikliklerini gidermesi gerekmektedir.

Çalışmamızdan fizik tedavi ve rehabilitasyon çalışanlarının ve öğrencilerinin sağlık turizmi hakkında yeteri düzeyde bilgi sahibi olmadığı sonucuna ulaşılabilir. Bu sebepler algının arttırılması amacıyla özellikle öğrencilerin öğrenimleri süresinde derslerine sağlık turizmi eklenerek kişilerin bu konuda bilgi sahibi olması sağlanabilir. Ayrıca kalkınma projelerinde gerekli önem verilerek kurumların ve kişilerin bu alana yönelmesi teşvik edilebilir. Çalışmamız fizik tedavi ve rehabilitasyon merkezleri açısından sağlık turizmi konusunda gerek politika olarak gerekse bireysel olarak ciddi anlamda eksikliklerin mevcut olduğunu göstermektedir. Bu alanda profesyonel anlamda çalışan personel eksikliği mevcuttur. Bu sebeple kurumların ve kişilerin eksiği kapatmak amaçlı gerekli kurs, kongre gibi gelişimsel faaliyetlere katılımı arttırması gerekmektedir. Ayrıca bu alanda hizmet veren kurumların cihaz eksikliği ve

akreditasyon durumunun yeterli düzeyde olmadığı görülmektedir. Bu eksiklikler giderildiği zaman sağlık turizmi konusunda ülkemiz daha iyi bir konumda hatta bu konuda söz sahibi olacaktır.



6. KAYNAKÇA

1. Çetinkaya T. (2010). *Sağlık turizmi açısından Bursa İli'nin pazarlanabilirliği konusunda sağlık çalışanlarının görüşlerinin belirlenmesi üzerine bir araştırma*. (Yüksek Lisans Tezi). Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
2. Özer N. Kaplıca hekimliğinin çağdaş gelişimi. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*. 1991; 35-39.
3. Taşlıgil N. Manisa'nın termal turizm potansiyeli. *Türk Coğrafya Dergisi*. 1995; 30:299-317.
4. <http://www.sbb.gov.tr/wpcontent/uploads/2019/07/OnbirinciKalkinmaPlani.pdf>. (Erişim tarihi: 28/06/2020)
5. <https://antalya.ktb.gov.tr/TR-68438/saglikturizmi.html>. (Erişim tarihi: 18/04/2020)
6. Kozak N. Termal turizm işletmeciliği ve önemi. *Anatolia; Turizm Araştırmaları Dergisi*. 1992; 3(3):33-38.
7. Acar N, Turan A. Sağlık çalışanlarının sağlık turizmi farkındalığı üzerine bir araştırma: Ahi Evran Üniversitesi Eğitim ve Araştırma Hastanesi çalışanları örneği. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*. 2016; 17(1):17-35.
8. Usta Ö. Turizm genel ve yapısal yaklaşım. 4.Baskı, İzmir: Detay Yayıncılık, 2002.
9. Bayer M.Z. Turizme giriş. 1.Baskı, İstanbul: İşletme Fakültesi Yayını, 1992.
10. Kozak N, Kozak A, Kozak M. Genel turizm. 15.Baskı, Ankara: Detay Yayıncılık, 2014.
11. Tunç A, Saç F. Genel turizm. 2.Baskı, Ankara: Detay Yayıncılık, 1998.
12. Oktay K, Pamukçu H, Tanrısever C. Seyahat tanımları, çağdaş tanımlar. 1. International Halal Tourism Congress. Alanya-Türkiye, 7-9 Nisan 2017:8
13. <http://www.osmed.com.tr/turizm-nedir/> (Erişim tarihi: 06/08/2020)
14. Ersun N, Arslan K. Turizmde destinasyon seçimini etkileyen temel unsurlar ve pazarlama stratejileri. *Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*. 2011; 31(2):229-248.
15. Değerliyurt M, Aksu R. Diyarbakır kültür turizmine ilişkin coğrafya öğretmen adaylarının bakış açılarının belirlenmesi. *Turkish Studies*. 2013; 8(9):1045-1057.
16. Hazar A. Çağdaş değişimler ve yenilenen mevzuatlar çerçevesinde genel turizm. 2. baskı. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık; 2016.
17. Çoban O. Teknolojik gelişme ve rekabet gücü. *Verimlilik Dergisi*. 2001; 4: 27.
18. Usal A, Kurgun O. Turizm işletmelerinde maliyet analizleri. 2. baskı. Ankara: Detay Yayıncılık; 2001.
19. Fossati A, Panella G. Tourism and sustainable economic development. 2nd ED., Boston: Springer US, 2000.

20. Demir M, Demir ŞŞ, Davras GM, Bulgan G, Davras Ö. Genel turizm: kavramlar ve farklı boyutlarıyla değerlendirme. Ankara: Detay Yayıncılık; 2017.
21. Taylor M.P. Applied economics. 52nd ED., Routledge, 2020.
22. Aktaş A, MT Yıllığı. Turizm işletmeciliği ve yönetimi. 2. baskı. Antalya: Azim Matbaa; 2002.
23. Hazar A. Meslek yüksekokulları için genel turizm. İstanbul: Nobel Yayın Dağıtım; 2010.
24. İçöz O. Genel turizm: turizmde temel kavramlar ve ilkeler. Ankara: Turhan Kitabevi Yayınları; 2007.
25. <https://www.ktb.gov.tr/Eklenti/906,ttstratejisi2023pdf.pdf?0> (Erişim tarihi: 19/09/2020)
26. Akkuş G, Güçtemur S. Yalnızçam Uğurludağ kış sporları turizm merkezinin potansiyeli ve bölge ekonomisine etkisine yönelik paydaş görüşlerinin değerlendirilmesi. Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi. 2021; 30(1):309-330.
27. Qiu P, Zhou Z, Kim D. A new path of sustainable development in traditional agricultural areas from the perspective of open innovation- a coupling and coordination study on the agricultural industry and the tourism industry. Journal Of Open Innovation: Technology, Market And Complexity, 2021;7(1):16. <https://doi.org/10.3390/joitmc7010016>
28. <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-10335/magaraturizmi.html>. (Erişim tarihi: 08/09/2020)
29. <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-11532/yaylaturizmi.html>. (Erişim Tarihi: 08/09/2020)
30. Akbaba A, Güvenol B, Sağlam, M.C. İzmir'deki Türk hamamlarının turizm ürünü olarak değerlendirilmesi. Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research. 2019; 3(4):640-652.
31. Hacıoğlu N, Avcıkurt C. Turistik ürün çeşitlendirmesi. 4. Baskı, Ankara: Nobel Yayınevi; 2008.
32. Buhalis D, Michopoulou E. Information-enabled tourism destination marketing: Addressing the accessibility market. Current Issues in Tourism. 2011; 14(2):145-168.
33. Timur M.N, Çevik S, Kıcır, G.K. Etkinlik turizmi: Kültür başkenti etkinliklerinin başarı unsurları üzerine bir değerlendirme. Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi. 2014; 2(1):56-83.
34. Şahin G.G, Ünver G. Destinasyon pazarlama aracı olarak gastronomi turizmi: İstanbul'un gastronomi turizmi potansiyeli üzerine bir araştırma. Journal of Tourism and Gastronomy Studies. 2015; 3(2):63-73.
35. Eid R, El-Kassrawy Y.A, Agag G. Integrating destination attributes, political (in) stability, destination image, tourist satisfaction, and intention to recommend: A study of UAE. Journal of Hospitality & Tourism Research. 2019; 43(6): 839-866.

36. https://www.ttb.org.tr/n_fisek/kitap_1/33.html (Erişim Tarihi: 08/08/2020)
37. Kesgin C, Topuzoğlu A. Sağlığın tanımı; başa çıkma. Journal of İstanbul Kültür Üniversitesi. 2006; (3):47-49.
38. <http://www.saturk.gov.tr/images/pdf/tyst/02.pdf> (Erişim tarihi: 09/08/2020)
39. Kim, Y.H., Boo, C. and Kim, M. Medical tourism: The ethics, regulation and marketing of health mobility. in: An investigation of korean health tourists' behavior: Benefit sought, brand equity, and intention to visit. edited: C. Michael Hall, Publ. By Taylor&Francis. 2013; (33):154-166.
40. Connell J. Medical Tourism: The newest of niches. Journal of Tourism Recreation Research. 2006; 31(1):99-102.
41. Garcia-Altes M. The development of health tourism services. Annals of Tourism Research. 2005; 33(1):262-266.
42. Yalçın P. (2006). *Türkiye’de sağlık turizminde alt yapı oluşturma gereği ve sağlık kurumlarına yönelik bir araştırma*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
43. Goeldner C. 39th Congress AIEST: English workshop summary. Revue de Tourisme. 1989; 44(4):6-7.
44. Kaspar C. Gesundheitstourismus im Trend. Jahrbuch der Schweizer Tourismuswirtschaft. 1996; 53-61.
45. Buldukoğlu S. (2014). *Sağlık turizminin Türkiye’deki yeri ve Önemi*. (Yüksek Lisans Tezi). Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
46. <https://shgmturizmdb.saglik.gov.tr/Eklenti/10944/0/02pdf.pdf> (Erişim tarihi: 26/12/2020)
47. Tengilimoğlu D. Sağlık turizmi ve devlet teşvikleri. Journal of Life Economics. 2021; 8(1):1-3. <https://doi.org/10.15637/jlecon.8.1.01>.
48. Connel J. Medical Tourism. UK: Cabi, 2011.
49. Melendez P, Obra A. Health tourism: Conceptual framework and insights from the case of a spanish mature destination. Tourism And Management Studies. 2016; 12(1):86-96.
50. Akat Ö. Pazarlama Ağırlıklı Turizm İşletmeciliği. 3. Baskı, Bursa: Motif Matbaa; 2000.
51. Özсарı SH, Karatana Ö. Sağlık turizmi açısından Türkiye'nin durumu. J Kartal TR Dergisi. 2013; 24(2):136-144.
52. Çiçek R, Avderen S. Sağlık turizmi açısından İç Anadolu Bölge’sindeki kaplıca ve termal tesislerin mevcut yapısının ve potansiyelinin belirlenmesine yönelik çalışma. KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi. 2013; 15(25):25-35.
53. <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuat?MevzuatNo=8056&MevzuatTur=7&MevzuatTertip=5> (Erişim tarihi: 04/02/2021)

54. Çetinkaya T, Zengin B. Yaşlı bakımı ve turizm. Yaşlı Bakımı ve Turizm Panel Bildiri Kitapçığı. Sakarya; 2009:172-181.
55. https://www.tursab.org.tr/engelsiz-turizm/dunyada-veturkiyede-engelsiz-turizm-pazari_487.html. (Erişim tarihi: 10/08/2020)
56. Bektaş G, Şimşek F. İleri yaş sağlık turizminde mobil sağlık hizmetlerinin önemi. Sağlık Akademisyenleri Dergisi. 2016; 3(4):179-182.
57. Baynal Doğan T, Doğan S, Baynal B. İleri yaş ve engelli turizmi hedef kitlesine yönelik Bolu ili sağlık serbest bölgesi tasarımı. Turizm Fakültesi Dergisi. 2020; 23(2):295-311.
58. Gülgösteren E, Toptaş Demirci P, Demirci A. Students what should be minded when families with disabled children are planning a summer vacation. International Journal Disability Sports Health Sciences. 2018; 1(1):23-28.
59. Akdoğan H, Hiçyorulmaz E. Sağlık turizminin turizm faaliyetleri içerisindeki yeri ve önemi. Uluslararası Sağlık Yönetimi ve Stratejileri Araştırma Dergisi. 2018; 4(2):122-132.
60. Akgöz E, Göral R, Tengilimoğlu E. Turistik ürün çeşitlendirmenin sürdürülebilir destinasyonları açısından önemi. Akademik Bakış Dergisi. 2016; 55:397-407.
61. LEE J, Kim H. Success factors of health tourism: Cases of Asian tourism cities. International Journal of Tourism Cities. 2015; 1(3):216-233.
62. Kavak DG. Sağlıkta akreditasyon standartları. Sağlıkta Kalite ve Akreditasyon Dergisi. 2018;14-20.
63. <https://www.jointcommissioninternational.org/about-jci/accredited-organizations/> (Erişim tarihi: 10/11/2020)
64. <http://www.carf.org/LOCcertification/Process/> (Erişim tarihi: 26/12/2020)
65. L, C Morgan. (2020). *Treatment Chronic Pain in U.S. Veterans: The Effectiveness of Interdisciplinary Programs*. (Yüksek Lisans Tezi). University of South Carolina Health Promotion, Columbia.
66. Kotan N. Alternatif turizm örneği olarak termal turizm: Erzurum örneği. Avrasya Turizm Araştırmaları Dergisi. 2020; 1(1):21-31.
67. <https://www.ktb.gov.tr/TR-151755/2014.html> (Erişim Tarihi: 12/11/2020)
68. Ramamomjariavelo Z, Martin D, Martin S. The determinants of medical tourism intentios: Applying the theory of planned behaviour. Health Marketing Quarterly. 2015; 32(2):165-179.
69. Connell J. Medical Tourism: Sea, sun, sand and surgery. Tourism Management, 2006; 27(6): 1093-1100. DOI: 10.1016/j.tourman.2005.11.005.
70. Aydın G, Aydın BK. Dünyada ve Türkiye’de sağlık turizmi pazarlama uygulamaları ve karşılaştırmalı durum analizi. Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi. 2015; 16(1):1-21.

71. Dang H, Nguyen T, Wang C, Day J. Grey system theory in the study of medical tourism industry and its economic impact. *International Journal Of Environmental Research And Public Health*. 2020; 17(3): 961.
72. https://geka.gov.tr/uploads/pages_v/o_19v5e3rnhs11tg319h35c11c928.pdf (Erişim tarihi: 14/11/2020)
73. <https://shgmturizmdb.saglik.gov.tr/Eklenti/28811/0/saglik-turizmi-yonetmelikpdf.pdf>2017 (Erişim tarihi:15/11/2020)
74. Aydın O. Türkiye’de alternatif bir turizm; sağlık turizmi. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırma Dergisi*. 2012; 14(23):91-96.
75. https://bumerangdanismanlik.com/saglik-turizmi-tesvik-danismanligi/?gclid=EAIaIQobChMImezP1P7Q7wIVV5nVCh2DBgB8EAAYASAAEgLUm_D_BwE (Erişim tarihi: 14/11/2020)
76. Gündüz H. (2015). *Sağlık Turizmi Kapsamında Pamukkale Termal Kaynaklarının Değerlendirilmesi ve Sağlık Bakanlığı Belgeli Otellerde Müşteri Memnuniyetinin Belirlenmesi*. (Yüksek Lisans Tezi). İzmir Katip Çelebi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
77. Yalçın B. (2013). *Antalya İli Sağlık Turizmi Potansiyeli Araştırması*. (Doktora Tezi). Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
78. Kılavuz E. Medical tourism competition: the case of Turkey. *International Journal of Health Management and Tourism*, 2018; 3(1):42-58. DOI: 10.31201/ijhmt.372364.
79. http://www.tursab.org.tr/dosya/12186/saglikturizmiraporu_12186_5485299.pdf (Erişim tarihi: 24/12/2020)
80. Aksu A, Bayar K. Development of health tourism in Turkey:SWOT analysis of Antalya province. *Journal Of Tourism Management Research*. 2019; 6(2):134-154.
81. Karasar N. Bilimsel Araştırma Yöntemi “Kavramlar, İlkeler Teknikler”. 27. Baskı, Ankara: Nobel Matbaa; 2014.
82. Saltık Arıkan I, Asunakutlu T. Duygusal emek ve kültür: Konaklama sektöründe karşılaştırılmalı bir araştırma. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 2016; 8(14):109-132.
83. Büyüköztürk ř, Çakmak Kılıç E, Akgün Ö,E, Karadeniz ř, Demirel F. Eğitimde Bilimsel Araştırma Yöntemleri. 25. Baskı, Ankara: Pegem Akademi Yayınları; 2015.
84. Balcı A. Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntem, Teknik ve İlkeler. 13. Baskı, Ankara: Pegem Akademi Yayınları; 2018.
85. Emir O, Durmaz G. Afyonkarahisar’ın termal turizm imajı üzerine bir değerlendirme. *Turizm Araştırmaları Dergisi*. 2009; 20(1): 25-32.

86. Kula Kartal S, Mor Dirlik E. Geçerlik kavramının tarihsel gelişimi ve güvenirlikte en çok tercih edilen yöntem: Cronbach alfa katsayısı. Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi. 2016; 16(4):1865-1879.
87. Adıgüzel, M. (2020). *Kuşadası Sağlık Turizmi Potansiyelinin Araştırılması*. (Yüksek Lisans Tezi). Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Aydın.
88. Uysal Şahin Ö, Şahin M. Türkiye’de sağlık turizminin potansiyeli ve geleceği; Swot analizi. Journal of Awareness. 2018; 3(5):287-300.
89. Gümüş R. Development of health tourism in Diyarbakır. International Journal Health Management and Tourism. 2018; 3(3):164-176.
90. Horton S, Cole S. Medical returns: Seeking health care in Mexico. Social Science and Medicine. 2011; 72(11):1846-1852.
91. Momeni K, Janati A, İmani A, Zarnaq R. Barriers To the development of medical tourism in East Azerbaijan province, İran: A Qualitative Study. Tourism Mangement. 2018; (69):307-316. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.05.007>
92. Dağlı, M. (2021). *Tıp Fakültesi ve Turizm Fakültesi Öğrencilerinin Sağlık Turizmi Hakkındaki Farkındalık Düzeyleri*. (Yüksek Lisans Tezi). Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Alanya.
93. Karadayı Usta S, Serdar Asan Ş. Pandemi Döneminde Medikal Turizm Engelleri Analizi. Fenerbahçe Üniversitesi Endüstri Mühendisliği Fakültesi Yayınları. 2021; 1(1):10-20.
94. Aydemir B, Kılıç Nazmiye S. Dünyada ve Türkiye’de üçüncü yaş turizmi. Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. 2017; (1):3.
95. Hosseini S, Maher A, Safarian O, Ayoubian A. Development strategy of health tourism in İran. International Journal Of Travel Medicine anda Global Health. 2015; 3(4):153-158.
96. Altsoy S, İlknur T,B. Medikal turizm alanında faaliyet gösteren hastanelerdeki mevcut sorunlar ve çözüm önerileri. Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi. 2019; 22(1):113-134.

7. EKLER



T.C.
ALANYA ALAADDİN KEYKUBAT ÜNİVERSİTESİ TIP FAKÜLTESİ
KLİNİK ARAŞTIRMALAR ETİK KURULU (ALKÜ-KAEK) KARARI

ETİK KURUL BİLGİLERİ	ETİK KURULUN ADI	
	AÇIK ADRESİ:	
	TELEFON	
	FAKS	
	E-POSTA	

PROJE YÜRÜTÜCÜSÜ UNVANI/ADI/SOYADI	
ARAŞTIRMANIN AÇIK ADI	Sağlık Turizmi Yönünden Fizyoterapi Çalışanları, Öğrencilerinin algısı ve Antalya Fizik Tedavi Rehabilitasyon Birimlerinin Analizi
DESTEKLEYİCİ	

KARAR BİLGİLERİ	Karar No: 18-17	Tarih: 22/04/2020
	Yukarıda bilgileri verilen başvuru dosyası ile ilgili belgeler araştırmanın/çalışmanın gerekçe, amaç, yaklaşım ve yöntemleri dikkate alınarak incelenmiş ve uygun bulunmuş olup araştırmanın/çalışmanın başvuru dosyasında belirtilen merkezlerde gerçekleştirilmesinde etik ve bilimsel sakınca bulunmadığına toplantıya katılan etik kurul üye tam sayısının salt çoğunluğu ile karar verilmiştir.	

ÖZGEÇMİŞ

Adı-Soyadı : Kazım Emre EREN

Eğitim:

- YÜKSEK LİSANS: Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü Sağlık Turizmi. 2021
- LİSANS: Pamukkale Üniversitesi Fizik Tedavi ve Rehabilitasyon Yüksekokulu, Fizyoterapi ve Rehabilitasyon Bölümü 2007-2012 (Mezuniyet Tarihi: 08.06.2012. Mezuniyet Derecesi: 2,97/4)
- LİSE: Gazipaşa Anadolu Lisesi (2003-2007. Mezuniyet Tarihi: Haziran 2007)

Mesleki Geçmiş:

- Denizli Özel Çınar Gözlem Özel Eğitim ve Rehabilitasyon Merkezi (2012-2013)
- Ardahan Devlet Hastanesi (2014-2014)
- Kars Devlet Hastanesi (2014-2016)
- Denizli Devlet Hastanesi (2016-2017)
- Ezine Devlet Hastanesi (2017-2018)
- Alanya Devlet Hastanesi (2018- Devam ediyor).

Yayınları ve Bilimsel/Sanatsal Faaliyetleri:

- Kitiş A. Büker N, Aydın H, Eren KE. İşitme Engelli Kişilerde Statik Dengeyi Etkileyen Faktörlerin İncelenmesi. J.Kartal TR 2015;26(1):25-30.
- Ulusal Fizyoterapi Öğrencileri Platformu Kongresi-Haliç Üniversitesi 16-18 Nisan 2010 (Dinleyici olarak katılım)
- Eren KE. Doğru Spor Nasıl Yapılmalıdır. Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Halk Sağlığı ve Sağlık Turizmi Semineri Sunumu- 10 Nisan 2019
- Kitiş A. Büker N, Aydın H, Eren KE. İşitme Engelli Kişilerde Statik Dengeyi Etkileyen Faktörlerin İncelenmesi. 4. Ulusal Fizyoterapi ve Rehabilitasyon Kongresi-Poster- Pamukkale Üniversitesi- Denizli 9-11 Mayıs 2013