

**MEDİKAL TURİZMİN EKONOMİK ÖNEMİ:  
ERZURUM'DA BİR UYGULAMA**

**Serhat ÖĞE**

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

**Doç. Dr. Gökalg Nuri SELÇUK  
2015**

**Her Hakkı Saklıdır**

**T.C.  
ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ve OTELCİLİK ANA BİLİM DALI**

**SERHAT ÖĞE**

**MEDİKAL TURİZMİN EKONOMİK ÖNEMİ: ERZURUM'DA BİR  
UYGULAMA**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**TEZ YÖNETİCİSİ  
Doç. Dr. Gökalg Nuri SELÇUK**

**Erzurum-2015**



T.C.  
ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ



**TEZ BEYAN FORMU**

04/08/2015

**SOSYAL BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE**

**BİLDİRİM**

Atatürk Üniversitesi Lisansüstü Eğitim-Öğretim ve Sınav Yönetmeliğine göre hazırlamış olduğum "Medikal Turizmin Ekonomik Önemi: Erzurum'da Bir Uygulama" adlı tezin/raporun tamamen kendi çalışmam olduğunu ve her alıntıya kaynak gösterdiğimi taahhüt eder, tezimin/raporumun kağıt ve elektronik kopyalarının Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü arşivlerinde aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım:

Lisansüstü Eğitim-Öğretim yönetmeliğinin ilgili maddeleri uyarınca gereğinin yapılmasını arz ederim.

- Tezimin/Raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.  
 Tezim/Raporum sadece Atatürk Üniversitesi yerleşkelerinden erişime açılabilir.  
 Tezimin/Raporumun ..... yıl süreyle erişime açılmasını istemiyorum. Bu sürenin sonunda uzatma için başvuruda bulunmadığım takdirde, tezimin/raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.

04/08/2015

Serhat ÖĞE



T.C.  
ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



TEZ KABUL TUTANAĞI

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Doç. Dr. Gökalg Nuri SELÇUK danışmanlığında Serhat ÖGE tarafından hazırlanan bu çalışma 04 / 08 / 2015 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı'nda Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

**Başkan** : Doç. Dr. Gökalg Nuri SELÇUK

İmza: .....

**Jüri Üyesi** : Prof. Dr. Hüseyin Ali KUTLU

İmza: .....

**Jüri Üyesi** : Yrd. Doç. Dr. Nilgün BİLİCİ

İmza: .....

Yukarıdaki imzalar adı geçen öğretim üyelerine aittir. .... / ..... / .....

Prof. Dr. Mustafa YILDIRIM

Enstitü Müdürü

F-85/00/22.02.2012

**ÖZET**  
**YÜKSEK LİSANS TEZİ**  
**MEDİKAL TURİZMİN EKONOMİK ÖNEMİ: ERZURUM'DA BİR**  
**UYGULAMA**

**Serhat ÖĞE**

**Tez Danışmanı: Doç. Dr. Gökalp Nuri SELÇUK**

**2015, 99 Sayfa**

**Jüri: Doç. Dr. Gökalp Nuri SELÇUK**

**Prof. Dr. Hüseyin Ali KUTLU**

**Yrd. Doç. Dr. Nilgün BİLİCİ**

Bu çalışmanın amacı, Erzurum'a medikal turizm için gelen bireylerin demografik özelliklerini, yaptıkları medikal turizm seyahati hakkında ne düşündüklerini ve seyahatin tümü ve aynı zamanda tedavileri için yaptıkları harcamalarını aktarmaktır. Bu amaçla, Erzurum'da bulunan hastanelere gelen yabancı uyruklu turistlerden anket tekniği ile veriler elde edilmiştir. Uygulanan bu testlere göre, kişilerin sahip oldukları demografik özellikleri, seyahat özelliklileri ve yaptıkları harcamalar incelenmiştir ve anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Medikal Turizm, Turizm, Medikal Turist, Erzurum

**ABSTRACT  
MASTER THESIS**

**ECONOMIC IMPORTANCE OF MEDICAL TOURİSM: AN APPLICATION IN  
ERZURUM**

**Serhat ÖĞE**

**Advisor: Doç. Dr. Gökalp Nuri SELÇUK**

**2015, 99 Pages**

**Jury: Assoc. Prof. Dr. Gökalp Nuri SELÇUK**

**Prof. Dr. Hüseyin Ali KUTLU**

**Asst. Prof. Dr. Nilgün BİLİCİ**

The aim of this study is to convey the demographic characteristics of individuals who came to Erzurum for medical tourism and what they think about the whole travel they had and to transfer their expenses for all trip and for their treatment also. For this purpose the data were obtained from the foreign tourists who came to hospitals located in Erzurum. According to these implemented tests, demographic characteristics possessed by the people, characteristics of their travels and their expenses were analyzed and significant differences were identified.

**Key words:** Medical Tourism, Tourism, Medical Tourist, Erzurum

### TEŞEKKÜR

Bu çalışma, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı'nda Doç. Dr. Gökalp Nuri SELÇUK yönetiminde bir yüksek lisans tezi olarak hazırlanmıştır.

Çalışmam süresince desteklerinden dolayı danışman hocam Doç. Dr. Gökalp Nuri SELÇUK' a, tez jürilerim; Prof. Dr. Hüseyin Ali Kutlu ve Yrd. Doç. Dr. Nilgün Bilici' ye, değerli katkılarından dolayı iş arkadaşlarım Arş. Gör. Aykut ŞİMŞEK ve Arş. Gör. Emre ÇİLESİZ' e ve hiçbir zaman desteğini esirgemeyen eşim Esra ÖĞE' ye teşekkürü borç bilirim.

**Erzurum-2015**

**Serhat ÖĞE**

## İÇİNDEKİLER

	sayfa
<b>ÖZET</b> .....	I
<b>ABSTRACT</b> .....	II
<b>TEŞEKKÜR</b> .....	III
<b>GRAFİKLER DİZİNİ</b> .....	VII
<b>TABLolar DİZİNİ</b> .....	VIII
<b>ŞEKİLLER DİZİNİ</b> .....	IX
<b>GİRİŞ</b> .....	1

## BİRİNCİ BÖLÜM

**TURİZMİN TANIMI, TURİZM ÇEŞİTLERİ VE ÜLKE EKONOMİLERİNE  
KATKISI**

<b>1.1. TURİZMİN TANIMI</b> .....	3
<b>1.2. TURİZM ÇEŞİTLERİ</b> .....	6
1.2.1. Deniz Turizmi.....	6
1.2.1.1. Yat Turizmi.....	6
1.2.1.2. Kurvaziyer Turizm.....	7
1.2.1.3. Su Altı Dalış Turizmi.....	8
1.2.2. Kongre Turizmi.....	8
1.2.3. Gastronomi Turizmi.....	9
1.2.4. Kırsal Turizm.....	12
1.2.4.1. Yayla Turizmi.....	13
1.2.4.2. Mağara Turizmi.....	14
1.2.4.3. Kamp ve Karavan Turizmi.....	15
1.2.4.4. Kuş Gözlemciliği Turizmi.....	17
1.2.5. Kış Turizmi.....	18
1.2.5.1. Kış Sporlarının Gelişimi.....	18
1.2.6. Av Turizmi.....	20
1.2.7. Golf Turizmi.....	21
1.2.8. İnanç Turizmi.....	22
1.2.9. Akarsu Turizmi.....	24
1.2.10. Kültür Turizmi.....	25

1.2.11. Sağlık Turizmi .....	28
<b>1.3. TURİZMİN EKONOMİK ETKİLERİ</b> .....	28
1.3.1. Turizmin Parasal Ekonomik Etkileri .....	29
1.3.1.1. Turizmin Dış Ödemeler Dengesine Etkisi .....	30
1.3.1.2. Turizmin Gelir Yaratıcı Etkisi .....	31
1.3.1.3. Turizmin İç Fiyatlara Etkisi .....	33
1.3.1.4. Turizmin Devlet Gelir ve Harcamalarına Etkisi .....	34
1.3.2. Turizmin Reel Ekonomik Etkileri .....	35
1.3.2.1. Turizmin İstihdam Etkisi .....	36
1.3.2.2. Turizmin Diğer Ekonomik Sektörlere Etkisi .....	38
1.3.2.3. Turizmin Alt ve Üst Yapıya Etkisi .....	40
1.3.2.4. Turizmin Bölgelerarası Dengeli Kalkınmaya Etkisi.....	41

## **İKİNCİ BÖLÜM**

### **SAĞLIK TURİZMİ VE SAĞLIK TURİZMİ ÇEŞİTLERİ**

<b>2.1. TERMAL TURİZM</b> .....	46
2.1.1. Dünya’da Termal Turizm .....	49
2.1.2. Türkiye’de Termal Turizm .....	50
<b>2.2. İLERİ YAŞ VE ENGELLİ TURİZMİ</b> .....	54
<b>2.3. MEDİKAL TURİZM</b> .....	56
2.3.1. Dünya’da Medikal Turizm.....	57
2.3.2. Türkiye’de Medikal Turizm.....	60

## **ÜÇÜNCÜ BÖLÜM**

### **MEDİKAL TURİZMİN EKONOMİK ÖNEMİ: ERZURUM’DA BİR UYGULAMA**

<b>3.1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ</b> .....	64
<b>3.2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ</b> .....	64
3.2.1. Araştırmanın Örneklem Süreci .....	65
3.2.2. Veri Toplama Tekniği Ve Aracı.....	65
3.2.3. Verilerin Analizi.....	66
<b>3.3. DEMOGRAFİK BULGULAR</b> .....	66

<b>3.4. GÜVENİRLİK ANALİZİ</b> .....	74
<b>3.5. FREKANS DAĞILIMLARI</b> .....	75
<b>SONUÇ</b> .....	78
<b>KAYNAKÇA</b> .....	82
<b>EKLER</b> .....	86
<b>ÖZGEÇMİŞ</b> .....	90

**GRAFİKLER DİZİNİ**

<b>Grafik 2.1:</b> 2009 Yılı Ülkeleri Ziyaret Eden Termal Turist Sayısı.....	49
<b>Grafik 2.2:</b> Türkiye’de Termal Turizme Katılan Turist Sayıları .....	52
<b>Grafik 3.1:</b> Araştırmaya Katılan Medikal Turistlerin Seyahat İçin Yaptıkları Harcamalar .....	73
<b>Grafik 3.2:</b> Araştırmaya Katılan Medikal Turistlerin Yaptıkları Tedavi Harcamaları ..	74

**TABLolar DİZİNİ**

<b>Tablo 3.1.</b> Araştırmaya Katılan Medikal Turistlerin Cinsiyetleri .....	67
<b>Tablo 3.2.</b> Araştırmaya Katılan Medikal Turistlerin Yaşları .....	67
<b>Tablo 3.3.</b> Araştırmaya Katılan Medikal Turistlerin Eğitim Durumu.....	67
<b>Tablo 3.4.</b> Araştırmaya Katılan Medikal Turistlerin Aylık Gelirleri .....	68
<b>Tablo 3.5.</b> Araştırmaya Katılan Medikal Turistlerin Meslekleri.....	68
<b>Tablo 3.6.</b> Araştırmaya Katılan Medikal Turistlerin Kaldıkları Süre .....	69
<b>Tablo 3.7.</b> Araştırmaya Katılan Medikal Turistlerin Ülkeleri.....	69
<b>Tablo 3.8.</b> Araştırmaya Katılan Medikal Turistlerin Destinasyona Kaç Kez Geldikleri	70
<b>Tablo 3.9.</b> Araştırmaya Katılan Medikal Turistlerin Kiminle Geldikleri.....	70
<b>Tablo 3.10.</b> Araştırmaya Katılan Medikal Turistlerin Ne Kadar Sürede Geldikleri .....	71
<b>Tablo 3.11.</b> Araştırmaya Katılan Medikal Turistlerin Hangi Vasıta İle Geldikleri.....	71
<b>Tablo 3.12.</b> Araştırmaya Katılan Medikal Turistlerin Nasıl Duydukları .....	71
<b>Tablo 3.13.</b> Araştırmaya Katılan Medikal Turistlerin Erzurum'a Tekrar Gelme Olasılığı .....	72
<b>Tablo 3.14.</b> Güvenirlik Analizi.....	75
<b>Tablo 3.15.</b> Medikal Turistlerin Medikal Turizm İle İlgili Sorulara Verdikleri Cevapların Dağılımları .....	76

**ŞEKİLLER DİZİNİ**

<b>Şekil 3.1.</b> Türkiye'deki Termal Kaynaklar .....	53
<b>Şekil 3.2:</b> Dünyada Medikal Turizm Bölgeleri .....	58

## GİRİŞ

Ülkemizde turistik faaliyetlerin başladığı zamanlardan bugüne kadar geçen süreç göz önünde bulundurulduğunda tüketiciler tatil amaçlı turistik seyahatlerde deniz-kum-güneş olarak ifade edilen kitle turizmini gerçekleştirmekteydiler. Fakat zaman içerisinde turistlerin eğitim ve kültürlerinde meydana gelen gelişmeler beraberinde beklenti, istek ve ihtiyaçlarında da değişime neden olmuştur. Tüm diğer ülkelerde olduğu gibi Türkiye’de de turistlerin bu ihtiyaçlarını karşılamak için diğer turizm türlerine yönelme olmuştur. Bu turizm türlerinden birisi de sağlık turizmi türlerinden medikal turizmdir.

Ülkemiz gerek turizm ve gerekse de sağlık sektörü açısından, dış dünya ile rekabet gücünün artışıyla önemli bir gelişme kat etmiştir. Sağlık ve turizm sektörlerinin çakıştığı sağlık turizmi alanı, ülke ekonomileri açısından son yıllarda büyük önem arz etmeye başlamıştır. Bu düşünceden hareketle hazırlanan çalışmanın amacı, Erzurum’a medikal turizm amaçlı gelen kişilerin seyahat özelliklerinin belirlenmesi ve söz konusu kişilerin sahip oldukları bir takım demografik özelliklerinin yaptıkları harcamalar açısından anlamlı farklılıklar gösterip göstermediğini belirlemektir.

Bilimsel araştırmalarda evrenin tamamına ulaşmak çoğu zaman çok güç olduğundan, evreni temsil ettiğine inanılan örneklem alınmıştır ve bu örneklem aracılığıyla genellemelere ulaşma yöntemi kullanılmıştır. Olabildiğince fazla katılımcıya ulaşabilmek adına araştırma tekniği olarak anket uygulanmıştır.

“Medikal Turizmin Ekonomik Önemi: Erzurum’da Bir Uygulama” adlı çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde turizmin tanımı yapılmış, turizm çeşitlerinin üzerinde durulmuştur. Ayrıca turizmin parasal ve ekonomik etkileri hakkında bilgiler verilmiştir.

İkinci bölümde ise sağlık turizminin tanımı yapılıp sağlık turizmi hakkında bilgiler verilmiştir. Yine bu bölümde sağlık turizminin çeşitlerine ayrılmıştır. Termal turizm, ileri yaş ve engelli turizmi ve medikal turizm çeşitlerinin tanımları yapılmış ve dünyada ve Türkiye’de bu turizm çeşitlerinden bahsedilmiştir.

Çalışmanın üçüncü ve son bölümü uygulamaya ayrılmış olup, bu kısımda Erzurum’a medikal turizm amacıyla gelen kişilerin üzerinde yapılan araştırmaya yer verilmiştir. Öncelikle araştırmanın önemi, amacı, kapsamı, sınırlılıkları ve metodolojisi üzerine durulmuş, daha sonra veri toplama yöntemi, aracı ve örnekleme süreci açıklanmıştır. Son olarak da analiz sonuçları ışığında araştırma bulguları yorumlanmış ve önerilerde bulunulmuştur.

## BİRİNCİ BÖLÜM

### TURİZMİN TANIMI, TURİZM ÇEŞİTLERİ VE ÜLKE EKONOMİLERİNE KATKISI

#### 1.1. TURİZMİN TANIMI

Turizm olgusu daha çok, XX. Yüzyıla özgü modern bir olay olarak görülmesine rağmen, yer değiştirme insanlık tarihi kadar eskidir. İnsanlar insanlık tarihi başladığından beri çeşitli neden ve amaçlarla buldukları yerin dışındaki başka bir coğrafi mekana seyahat etmişlerdir. Tabii ilk seyahatlerin nedeni gezmek, görmekten daha çok nasıl daha elverişli iklime sahip bir yer buluruz da daha rahat yaşarız gibi nedenlerdendir. Dinamik bir yapıya sahip olan bu seyahat, çeşitli dillerde değişik kavramlarla ifade edilmektedir. Son olarak, bu dinamik olayların gelişimi ve birçok terimin doğurduğu karışıklık sonucu, tüm dikkatler tek bir sözcük üzerinde toplanmıştır; bu sözcük turizmdir. Günümüzde milyonlarca insan günlük hayatlarını devam ettirdikleri, ikamet ettikleri yerlerden geçici süreler için başka yerlere seyahat etmektedirler. Seyahate çıkan insanlar gittikleri yerlerde değişik eğlence, dinlenme, spor ve benzeri etkinliklerde yer almaktadırlar. Bu yer değişimi esnasında, ulaşım olanaklarından yararlanılmakta ve varılan yerdeki otel, tatil köyü, pansiyon vb. yerlerde konaklamakta, yeme-içme ve eğlence tesislerinden yararlanmakta, şehir içi veya şehir dışı turlara katılmakta ve bölgede bulunan alışveriş merkezlerinde alışveriş yapmaktadırlar.

Turizm öznesi insan olduğu için toplumsal olay sayılır ve toplumsal olaylar, sosyal bilimlerin konusu olduğu için turizm kavramı da sosyal bilimlerin alt bir dalı olarak kabul edilmektedir. Turizm bilimi, turistik olayların kapsamını, durumunu,

gelişme şartlarını, etkilerini ve sonuçlarını bilimsel yöntemlerle toplumsal ve ekonomik açıdan araştırarak, turistik olaylar arasında neden ve sonuç ilişkilerini bulmakta ve bu ilişkilerin temel ilkelerini ortaya koymaktadır. Günümüzde turizm, ekonomi, coğrafya, antropoloji, işletme, pazarlama, eğitim, çevre, politik bilimler, ulaşım, çevrebilim, sosyoloji, tarım, rekreasyon ve benzeri birçok kavramla ilişkili disiplinleri yakından ilgilendiği çok yönlü ve son derece karmaşık bir olaydır. Bundan dolayı çeşitli bilim dallarının bulgularından yararlanmak zorunluluğu doğmakta, bu da bir kavram karmaşası yaratmaktadır.

İlk turizm tanımı, Guyer-Feuler tarafından 1905 yılında ortaya atılmıştır. Buna göre “ turizm, gittikçe artan hava değişimi ve dinlenme gereksinimleri, doğa ve sanatla beslenen göz alıcı güzellikleri tanıma isteğine; doğanın insanlar mutluluk verdiği inancına dayanan ve özellikle ticaret ve sanayinin gelişmesi ve ulaşım araçlarının kusursuz hale gelmelerinin bir sonucu olarak ulusların ve toplulukların birbirlerine daha çok yaklaşmasına olanak veren “modern” çağa özgü bir olaydır.

Turizmin sadece ekonomik yönü üzerindeki tartışmaları başlatan kişi 1910 yılında Avusturyalı ekonomist Hermann Von Schullar olmuştur. Yazar turizmi; “başka bir ülkeden, şehir ve ya bölgeden yabancıların gelmesi ve geçici süre kalmalarıyla ortaya çıkan hareketin ekonomik yönünü ilgilendiren faaliyetlerin tümü” olarak tanımlamakta ve konuyu kültürel yönden ele almaktadır. Aynı dönemde bir başka ekonomik yönlü tanım Edmood Picard tarafından yapılmıştır. Picard, “ turizmin ana fonksiyonunun ülkeye yabancı döviz kaynaklarının akmasını sağlamak ve turist harcamalarının ekonomiye yaptığı katkıları araştırmak” olduğunu söylemiştir (Kozak vd, 2012).

M. Meyer ise turizmi, “her insanın değişik derecelerde bulunan kaçma ve uzaklaşma isteklerinden ortaya çıkan psikolojik kaynaklı yer değiştirme faaliyeti” olarak tanımlamıştır.

Uluslararası turizm sözlüğünde turizm ise; “zevk için yapılan geziler ve seyahatleri yapmak için gerçekleştirilen insan faaliyetlerinin tümü” olarak açıklamaktadır.

Turizm hareketlerinin oluşmasında ve tanımlanmasında gerekli ilk unsur olan seyahatten bahsetmiştik. İkinci unsur ise “konaklama”dır. Hunziker, turizmi sade bir dille açıklamış ve bilimsel anlamda bir tanımın geliştirilmesine yardımcı olmuştur. Hunziker’e göre turizm; “yabancıların bir yere yaptıkları yolculuklarından ve devamlı kalma, para kazanma amacı gütmeyen konaklamalarından doğan ilişkilerin tümü” dür. Bu tanım turizmi tamamen kavramamış ve turizmin, İkinci Dünya Savaşı’ndan sonra gelişip; sosyal, kültürel ve ekonomik yaşamda önemli bir yer elde ettiğinde daha bilimsel bir tanımının yapılması gerekli olmuştur.

Hunziker ve Krapf, yer değiştirme davranışında bulunması gereken bu iki temel özelliği göz önünde tutarak, turizm olgusunu şöyle tanımlamışlardır: “Sürekli kalışa dönmek ve gelir sağlayıcı hiçbir uğraşda bulunmamak koşulu ile yabancıların geçici süre kalışlarından doğan ilişkilerin tümü turizm”dir. Bu tanımlamada, turizm amaçlı yer değiştirmede aranan “sürekli kalışa dönüşmeme” koşulu, süre ölçütü olarak değerlendirilmektedir. İkinci koşul, “gelir elde etmeme” yi amaçlamaktadır. Tanımda bu durum, gelir sağlayıcı hiçbir uğraşta bulunmama deyimini ile belirlenmiştir.

Bu tanımdan sonra, “turizm” terimi 1980’li yıllarda AİEST (Uluslararası Bilimsel Turizm Uzmanları Birliği) tarafından yeniden düzenlenmiştir. Bu düzenlemede

turizm; “insanların devamlı ikamet ettikleri, çalıştıkları ve her zamanki olağan ihtiyaçlarını karşıladıkları yerlerin dışına seyahatleri ve buralardaki, genellikle turizm işletmelerinin ürettiği mal ve hizmetleri talep ederek, geçici konaklamalarından doğan olaylar ve ilişkiler bütünü” olarak tanımlanmıştır. Bu tanım esasa alındığında, kongre ve iş seyahatleri, kısa süreli seyahatler, kırsal kesimden büyük şehirlere yönelen her türlü seyahatler, sağlık turizmine giren seyahatler, sayfiye yerlerinde ikinci evlerdeki konaklamalar, turizm hareketliği içinde sayılmaktadır (Kozak vd, 2012, s 3).

## **1.2. TURİZM ÇEŞİTLERİ**

### **1.2.1. Deniz Turizmi**

Deniz turizmi genel olarak denizde gerçekleştirilen ve kıyı turizmden farklı olan turizm türlerini ifade etmektedir. Deniz turizmi; yat turizmi, kurvaziyer turizm ve su altı dalış turizmi olmak üzere üçe ayrılmaktadır.

#### **1.2.1.1. Yat Turizmi**

Yat deniz seyahatlerinde genelde gezi ve iş amaçlı kullanılan lüks teknelerdir. Yatlar yelkenli ve motorlu olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Bu iki türde de yatlar insanların tüm ihtiyaçlarını karşılayabilecekleri şekilde tasarlanmaktadır. Bu yüzden yatların yüzen evler olduğu da söylenebilir ([www.yelkenokulu.com](http://www.yelkenokulu.com)).

Yat turizmi, insanların gezi, dinlenme, eğlence amacıyla yatla doğal, tarihi, turistik değerleri içeren ve değişik yöreleri kapsayan bir rota boyunca yaptıkları gezilerdir (Çağlayan, 1992). Başka bir tanıma göre ise yat turizmi ülkelerinden yatları ile gelen ve ziyaret ettikleri ülkelere servis sağlayan yatçıların ve ya başka vasıtalar ile gelip, gezdikleri ülkede kaldıkları süre için yat kiralayanların yaptıkları turizm türüdür (Karaküçük, 2008). Kültür ve Turizm Bakanlığı'na göre yat turizmi turistlerin yata

ulaşması ile belirli bir gezi sonunda tekneyi terk etmesi arasında gerçekleşen tüm turistik faaliyetlerdir.

Yat turizmi katılımcıları genellikle genç ve orta yaş grubunda, seyahat deneyimi, gelir düzeyi ve eğitim düzeyi yüksek, hobi ve özel ilgilere sahip, denizde yaşamayı öğrenmek isteyen, böylece farklı bir tatil yapacağına inanan turistler tarafından tercih edilmektedir. Günümüzde dünyanın en önemli yat merkezleri olarak kabul edilen yerler şuralardır: Akdeniz, Karayip Adaları, Rhode Island, Florida, Pasifik Adaları ve Saint Diego-San Fransisco (Narin, 2000, s. 27).

#### **1.2.1.2. Kurvaziyer Turizm**

Cruise, kelime anlamı olarak gezmek, dolanmak, seyretmek, deniz gezisi anlamına gelmektedir. Kurvaziyer turizm ise bir tatil köyünün niteliklerini de yaşamak isteyen, deniz üzerinde seyahati seven, belirli bir rota dahilinde farklı yerlerde durarak buralara özgü faaliyetleri gerçekleştirmek isteyen turistler tarafından tercih edilen turizm türüdür (Albayrak, 2013, s. 209).

Uluslararası Denizcilik Organizasyonu (IMO)'na göre kurvaziyer turistler bir ülkeye seyahat gemileriyle gelenlerdir. Kurvaziyer gemiler içlerinde restoran, bar, yüzme havuzu, spor, sinema salonu, çocuk parkı veya güzellik merkezini bünyesinde bulundurmakta ve adeta yüzen tatil köyü olarak nitelendirilmektedir.

Kurvaziyer gemilerinde sağlanan özellik ve konfor artışı, bu alanda potansiyel talebi arttırmaktadır. Ayrıca, kurvaziyer turizm ürün talebinde, denizi sevmek ön koşuldur. İlk kez kurvaziyer turuna katılan insan denizi sevmiyorsa bunu bir defa yapar fakat denizi seven bir insansa arttırılan konfor bu turizm türüne artı olarak dönecek ve kişi tekrar kurvaziyer tura ilgi gösterecektir. Uluslararası Kurvaziyer Hatları Birliği

(CLIA)'nin yaptırdığı bir araştırmaya göre, mevcut kurvaziye turistleri içinde kadınların oranı %54 iken, kurvaziye turu alması beklenenlerin içinde erkeklerin oranı %51'den %54'e çıkmıştır. Bir başka dikkat çeken nokta ise bu turizmi seçenlerin yaş ortalaması da her geçen gün düşmektedir. Turizm Yazarları ve Gazetecileri Derneği (TUYED)'in hazırladığı rapora göre, dünyada yılda ortalama 16 milyon kişi kurvaziye turlara katılmaktadırlar (www.turizm gazetes i.com).

### **1.2.1.3. Su Altı Dalış Turizmi**

Ülkemiz üç tarafı denizlerle çevrili olması ve bu denizlerde tarih yatması açısından bu turizme katılmak isteyen kişiler tarafından tercih edilmekte ve bu spor sadece amatörler tarafından değil aynı zamanda profesyoneller tarafından da gerçekleştirilen turizm türlerinden birisi olmuştur. Bu amaçla her yıl pek çok yerli ve yabancı turistler ülkemizi ziyaret etmektedirler (Erdem ve Girgin, 2008).

Kelime olarak sualtı dalış (Scuba), suyun altında iken oksijen tüpü, regülatör, yüzerlik kontrol cihazı gibi malzemeler yardımı ile nefes almak ve suyun altında uzun süre kalabilmektir. Bu turizm türü yapılmaya 1950 ve 1960 yıllarında, zıpkınla balık avlama ve batan gemilere bakma merakı ile ortaya çıkmıştır. Bugün ise bu amaçları yerini daha çok su altı fotoğrafçılığı, doğal güzellikleri ve tarihi izleri görme merakı ile yer değiştirmiş durumdadır (Hudson, 2003). Su altı dalış faaliyetlerini gerçekleştirmek için öncelikle dalış yapılacak olan bölgede yetkili merciler tarafından dalış yapılmasına onay verilmelidir. Türkiye'de dalış bölgelerinin yoğun olduğu yerler ise: Antalya, Muğla, Balıkesir, Çanakkale ve Mersin illeri kıyılarında bulunan yerlerdir.

### **1.2.2. Kongre Turizmi**

Kongre sözlük anlamıyla, delegelerin politik, ticaret, bilim, teknoloji ya da diğer amaçlarla gerçekleştirdikleri toplantılardır (Asstroff ve Abbey, 1998). Kongre turizmi

ise, kişilerin daimi konakladıkları yerler dışında uzmanlık gerektiren bilimsel alanlarda veya meslek kollarında, belirli bir konuda bilgi alışverişi yapmak amacıyla bir araya gelmelerinden doğan seyahat, konaklama, olay ve ilişkilerin tümüdür (Karasu, 1985, s. 10).

Günümüzde her geçen gün bilim, teknoloji ve sanatta meydana gelen gelişmeler, ülkelerin ve insanların bu gelişmelere daha fazla ilgi duymaya başlaması ve ulaşım imkanlarındaki ucuzlama ve gelişme kongre turizmine olan ilgiyi arttırmıştır. Kongre turizminde diğer tüm turizm türlerinde olduğu gibi insanlar kısa bir süreliğine ikamet ettikleri yerlerden ayrılarak kongrenin gerçekleşeceği yere gitmekte ve burada turizm ürünlerini kullanmaktadırlar.

Çok eski çağlardan beri gerçekleştirilen kongre turizmi gelişen ve değişen dünyaya paralel olarak, insanların yeni şeyleri öğrenme, daha önceki bilgileri geliştirme arzusu, meslekte kendisini geliştirme, kongre turizmi için hizmet veren işletmelerinin sayı ve nitelik bakımından gelişmesi, pek çok kurumun kongre turizmini desteklemesi, ulaşımın gelişmesi ve ucuzlaması gibi nedenler bu turizm türünün gelişmesine ön ayak olmuştur. Yine kongre turizminin yılın on iki ayında gerçekleştirilebilecek bir turizm türü olması önemini arttırmaktadır.

Türkiye’de alt yapıları yetersiz olmasına rağmen; Adana, Ankara, Antalya, Aydın, Balıkesir, Bolu, Bursa, Çanakkale, İstanbul, İzmir, Muğla, Nevşehir ve Konya başta olmak üzere pek çok şehirde ulusal ve uluslararası kongreler düzenlenmektedir (Albayrak, 2013, s.100).

### **1.2.3. Gastronomi Turizmi**

Gastronomi kelimesi Yunanca gaster (mide) ve nomas (yasa) kelimelerinden meydana gelmiştir. The Amerikan Webster Sözlüğü’nde gastrologia kelimesi M.Ö. IV

yüzyılda Yunan şair Archetratoes'in büyük bir turdan döndükten sonra dünya mutfaklarının zevki konusunda yazdığı şiirin adı; Oxford Sözlüğü'nde ise Yunan şair Atheneaus'un yiyecek ve yemenin zevki konusunda yazdığı şiirin başlığı olarak verilmektedir. Amerikan İngilizcesi'nde gastronomi: Belirli bölge ve ülkelerle ilgili, mutfak gelenek ve göreneklerini de içeren, iyi yiyecek ve yeme bilim ve sanatıdır.

Her toplumun kendine has bir kültürü vardır. Bu kültür tarihten sanata, bilime, felsefeye ve yaşanan coğrafya kadar pek çok alandan etkilenmektedir. İnsanlar geçmişten bu güne yaşadıkları bölgenin coğrafyasında bulunan, burada yetişen ürünleri kullanarak beslenme ihtiyaçlarını gidermişlerdir. İnsanların yemek için neyi seçtiği, onu ne biçimde elde ettiği, nasıl pişirdiği, nasıl, ne zaman ve nerede yediği, kendi toplumsal grubunun alışkanlıklarına göre değişmektedir. Ülkemiz açısından baktığımızda ılıman ve tarıma elverişli bölgeler çeşitli bitkilerin yetişmesine olanak sağladığı için bu bölgelerde genellikle meyve ve sebze ağırlıklı beslenildiği görülmektedir. Buna karşın doğuya doğru gidildikçe uzun süren kış koşulları ve tarıma daha az elverişli alanların fazla olması bu bölgede yaşayanların daha çok hayvancılık üzerine yoğunlaştığını ve hayvansal besinlerden yararlandığını göstermektedir. Dolayısıyla bir bölgenin sahip olduğu kültür, coğrafi özellikler, yaşam biçimleri ve karakteristik özellikleri o bölgenin yiyecek-içecek üretimi üzerinde etkilidir.

Turizm kendi gelişimini sürdürürken, son zamanlarda yiyecek-içecek sektörü turistlerin birçok tatil seçeneğini ve davranışını etkilemektedir. Yeni destinasyonlar ziyaret etmek, bilinmeyen yöresel lezzetleri deneyim etme ve aynı zamanda yeni kültürleri, gelenekleri anlama şansı vermektedir (Cook vd., 1999). İnsanları seyahate yönelten en önemli motivasyon yeni ve farklı olanı keşfetme ve meraklarını gidermektir. Bu nedenle, günümüzde pek çok turist yeni yerleri seyahat etmek, yeni

kültürleri ve gelenekleri görmek ve aynı zamanda bilmedikleri ve merak ettikleri yöresel lezzetleri denemek, tanımak ve anlamak amacıyla seyahat etmektedir. Bu durum gastronomi turizminin ortaya çıkmasına neden olmuştur.

Turizm ile yiyecek ve içecekler arasındaki bağlantıyı gösteren çeşitli tanımlamalar bulunmaktadır. Farklı yazınlarda gastronomi turizmi yerine mutfak turizmi, clunary turizm kavramlarının kullanıldığı görülmektedir. Gastronomi turizmi diğer kavramlara nazaran daha kapsamlı bir kavramdır. Gastronomi turizmi, bir ürünün hazırlanması, yeme tarzı ve ilginin yanında sosyal ve ekonomik boyutu da olan bir kavramdır. Buna göre gastronomi turizmi insanların sağlıklarını koruyacak şekilde en iyi koşullarda beslenmesini, yeme içmeden zevk almasını, damak ve göz zevkine hitap etmeyi amaçlayan yiyecek ve içecekleri deneyim etmek, farklı kültürlere ait yemek kültürünün tanınması ve öğrenilmesini hedef alan ve tarım ürünlerinin üretildiği çiftliklerin ziyaret edilmesinden, yiyecek festivallerine kadar varan farklı aktiviteleri de içeren bir kavramdır.

Gastronomi turizmi içerisinde gerçekleştirilen etkinlikler şunlardır: Yiyecek-içecek festivalleri, restoran ziyaretleri, yöresel pazarlar, yemek kursları. Gastronomi turizmi temelde kültürel değerleri sunması nedeniyle yerel halk ile turistler arasında duygusal bağların kurulmasını sağlamakta ve destinasyon imajını olumlu yönde etkilemektedir. Destinasyonda kullanılan bir baharat yada turistlerin günlük yaşantılarında çok alışık oldukları halde dikkat etmedikleri yiyecek ürünlerine, deneyimler sayesinde sembolik anlamlar yüklenerek tatil sonrasında da turistlerin sürekli olarak bölgeyi hatırlamasını sağlamaktadır. Yiyecek ve yiyecek ile ilgili aktiviteler bölgesel etkileşim için bir araç haline geldiklerinde, başarılı bir yiyecek

turizmi ve destinasyon markalaşması için kriter haline gelmekte ve aynı zamanda yemek destinasyonun turist zihninde konumlanmasına olanak sağlamaktadır.

Gastronomi turizminde en fazla bahsedilmesi gereken konu kuşkusuz şarap turizmidir. Şarap sadece bir içecek değil aynı zamanda kültürel bir olgudur. Yemek masasının tamamlayıcısı olarak da kabul edilen şarap rahatlama, insanlarla sohbet, yeni bilgiler öğrenme aracı ve konuk severliğin göstergesi olarak kabul edilen bir içkidir. Bir meyvenin fermantasyonu ile elde edilen şarap günün her saatinde hem yemeklerle hem de yemeksiz olarak tüketilebilen, doğrudan meyve sularından yapılan ve yüksek derecede alkol içermeyen bir içkidir. Şarap turizmi, 1990'lı yıllarda gelişmeye başlamıştır. İlk kez 1998 yılında Avustralya'da Şarap Turizmi Konferansı yapılarak, turizmin bu yeni alt alanında keşfedilen ölçüler ile tanımlamaya yardımcı olacak çalışmalar yapılmıştır (Getz ve Brown, 2006).

Şarap turizmi katılımcıları genellikle şarap ve şarapçılığa ilgi duyan, yaşadıkları bölgeden uzaklaşarak şarap üretim atmosferini yaşamak isteyen, farklı bir deneyim yaşayarak kendini rahat ve mutlu hissetmek arzusunda olan, Yüksek gelir ve öğrenim düzeyine sahip, genellikle orta ve üstü yaş grubunda olan ve gittikleri bölgede fazla harcama yapan kimselerdir. Onları bu turizm türüne yönelten temel neden, şarap ve şarapçılık ile ilgili merak ettiklerini öğrenmek ve yerinde görmektir.

#### **1.2.4. Kırsal Turizm**

Kırsal Turizm coğrafi ve demografik, ürüne ilişkin ve turistlerin deneyimlerine ilişkin olmak üzere üç farklı bakış açısıyla ifade edilmektedir. Kırsal turizm coğrafi olarak, şehir dışında kırsal alanlarda gerçekleştirilen ve genellikle turistik ürünlerin yerel halk tarafından oluşturulduğu turizm şekli olarak tanımlanmaktadır. Ürüne ilişkin tanımlamada ise kırsal turizm, kişileri kırsal turizme çeken, onlara sunulan doğal

ve kültürel güzellikler, faaliyetler ve diğer değerlerin bileşimiyle oluşan turizm şeklidir. Turistin deneyimine ilişkin tanımda ise şehir dışında vakit geçirmek ya da kırsal yaşama snobik bir bakış açısıyla yaklaşan turistler tarafından gerçekleştirilen bir turizm şeklidir (Douglas vd,2001).

Doğal yaşam, kırsal kültür ve yerel etkinliklere duyulan ilgi nedeniyle geliştirilen kırsal turizme ilişkin Avrupa Birliği (AB) tarafından yapılan çalışmalarda kırsal turizm, tarımsal ya da yerel değerlerle iç içe bulunarak hoşça zaman geçirmek amacıyla olan turistlere, beklentileri doğrultusunda konaklama, yiyecek, içecek ve diğer hizmetleri veren küçük ölçekli işletmelerin yer aldığı küçük yerleşimlerde gerçekleştirilen faaliyetler bütünü olarak tanımlanmaktadır.

Kırsal turizm, kitle turizminin aksine daha geniş bir alanda, yerel bir atmosferde, nüfusun daha az olduğu bölgede, az sayıda turist katılımıyla yoğunluğun daha az olduğu, yerel halk tarafından mal ve hizmetlerin sunulduğu bir turizm türüdür. Kırsal turizm, çiftlik turizmi, yeşil turizm ve ya yayla turizmi gibi farklı isimlerle anılmaktadır. Yine doğa tatilleri ve özellikle de eko turizm, bisikletli ve ya at binme, spor, termal turizm gibi aktivitelerde kırsal turizmin kapsamına dahil edilebilecek aktivitelerdir. Şimdi kırsal turizmi dört bölümde detaylı şekilde inceleyeceğiz.

#### **1.2.4.1. Yayla Turizmi**

Yaylalar, genellikle dağların yüksek kesiminde bulunan düzlüklerdir. Bu bölgeler, kişilerin sürekli ya da geçici olarak yerleştikleri, tarımsal ve hayvansal faaliyetlerinin yapılabilirdiği, özellikle yaz aylarında serin iklimi ile insanlar tarafından belirli bir süre yerleşilen, kışın ise soğuk iklimi nedeni ile kullanılmayan alanlardır. İnsanların yaz aylarında sürekli olarak yaşadıkları yerden bir süreliğine ayrılarak,

yaylalara çıkmaları, burada dinlenmeleri, doğa ile iç içe yaşayarak temiz hava almaları yayla turizmini oluşturmaktadır.

Yaylacılık, genellikle yayla dışında yaşayan insanların yaz aylarında belirli bir süre dağ ve yamaçlarda bulunan yayla adı verilen yerlere gitmelerini ve burada geçici süre ile tarım ve hayvancılıkla uğraşmalarını, burada ekonomik faaliyetlerde bulunmalarını içeren kavramdır. Günümüzde yaylaların sahip olduğu eşsiz manzarası, bitki örtüsü, temiz hava ve ara sıra yaylalarda düzenlenen şenlikler insanların yayla turizmine olan ilgisini arttırmıştır.

Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından turizmin çeşitlendirilmesi amacıyla yapılan çalışmaların önemli bir bölümünü yaylaların turizme kazandırılması amacıyla 1990 yılında başlatılan “Yayla Turizmi Projesi” oluşturmaktadır. Bu proje kapsamında potansiyeli yüksek olan yaylalar tespit edilerek, buralarla ilgili ulaşım, haberleşme, konaklama gibi ihtiyaçların giderilmesi için öneriler geliştirilmiş ve projeler hazırlanmıştır. Bu güne kadar ise 26 adet yayla, turizm merkezi olarak ilan edilmiştir. Bu yaylalar şu illerimiz sınırında yer almaktadır; Sinop, Ordu, Giresun, Trabzon, Rize, Artvin, Gümüşhane, Bayburt, Gaziantep, Manisa, Antalya. Fark edeceğiniz üzere hemen hemen hepsi Karadeniz Bölgesi'nin doğal güzellikleri ve turizm potansiyelini bu bölgeye de yaymak amacıyla ilan edilmiştir.

#### **1.2.4.2. Mağara Turizmi**

Mağaralar, yeryüzü ile bağlantısı, gün ışığının ulaşamayacağı kadar derinliği olan ve en az bir insanın sığabileceği yer altı boşluğu şeklinde tanımlanmaktadır (Northup ve Lavoie, 2001). Mağaralar, insanoğlunun doğada keşfettikleri ilk barınakları olması, doğal ve kültürel özellikleriyle çekicilik unsuru oluşturması açısından son

derece önemlidir. Mağaralar, jeolojik ve iklimik özelliklerine göre barınak, hayvan barınağı, depo, ibadet mekanı ve tedavi alanı olarak yüzyıllardır kullanılmaktadır.

Dünya genelince pek çok mağara turizm amaçlı kullanılmakta, birçoğu da işletilmek üzere projelendirilmektedir. Genel olarak her mağaranın birbirinden farklı deneyimleri turistlere sunduğu söylenebilir. Çünkü her mağara farklı şekillerde oluşmaktadır. Zaman zaman sarkıtlar ve dikitler, zaman zaman göletler ve yer altı nehirleri kişi ve aileleri farklı maceralara sürüklemektedirler. Yine bazı mağaralar on binlerce yıl önce insanlara barınak olmuş ve bugün de geçmişin izlerini barındırmaktadır (Albayrak, 2013, s. 167).

Mağaralar genel olarak kırsal alanlarda bulunmaları nedeniyle kırsal alanların gelişiminde önemli yer sahiptir. Ancak bu süreçte mağaraların doğal sistemlerinde, büyük turist gruplarının, mağaranın yerel iklimini ve çevresel koşullarını, doğal yapılarını değiştirme olasılıkları da bulunmaktadır. Mağara turizmine genellikle her yaşta turist katılabilmektedir. Turistler iyi eğitilmiş, orta ve yüksek gelir düzeyine sahip turistlerdir. Onları mağara turizmine iten temel motivasyon mağaralara duyulan ilgi ve meraktır.

#### **1.2.4.3. Kamp ve Karavan Turizmi**

Kamp turizmi, küçük gruplar halindeki turistlerin kamp yapmak amacıyla ayrılmış olan yerlere giderek burada kendi kurdukları çadırlarda ya da alanda bulunan barakalarda belirli bir süre için konaklama, yeme içme gibi ihtiyaçlarını kendilerinin karşıladıkları bir turizm türüdür. Karavan turizmi ise, bireylerin ulaşım, konaklama ve bir dereceye kadar da yeme içme ihtiyaçlarını kendilerinin karşıladığı, değişik destinasyonları görüp tanımak amacıyla yaptıkları turizm türüdür.

Kamp ve karavan turizmi aktiviteleri, büyük ölçüde turizmin, dağ yürüyüşü, tırmanma ve manzara fonksiyonlarıyla bir arada görülmektedir. Bu turizm türüne ilişkin en önemli iki özellik, kamping ve karavan parklarının yerleri ve kamplardaki servis olanaklarıdır. Kamping ve karavan parklarının yerini etkileyen faktörler anayoldan ulaşılabilirlik, çekici özellikler ile manzaraya sahip olmaz ve alt yapının uygun fiyatlarla elde edilebilirliğidir.

Karavan ile gerçekleştirilen seyahatlere ilişkin en önemli unsur, seyahatin karavan denilen araçlarla yapılmasıdır. Bu araçların içerisi kişi ya da ailelerin seyahatleri boyunca yeme içme ve dinlenme gibi ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde ve bir ev niteliğinde özel olarak dizayn edilmiştir. Karavanlar her ne kadar içerisindekilere istedikleri yerde durma imkanı sunsa da, yine de karavanların geceleme ve karavan ile seyahat edenlerin bazı ihtiyaçlarını karşılayabilmesi için temel alt yapı ihtiyacına cevap verecek şekilde hazırlanmış olan özel alanların yapılmış olması gerekmektedir. Bu alanlara da kamp denilmektedir ve bu nedenle kamp ve karavan kelimeleri bir arada kullanılmaktadır (Şenol, 2008). Bizde bu iki turizm türünü aynı başlık altında incelemekteyiz.

Günümüzde kampçılık, öncelikle bir dinlenme faaliyeti ve insanların geçici olarak açık havada gerçekleştirdiği bir faaliyettir. Kampçılar balık tutma, avlanma, yüzme, bitkileri, kuşları ve yaban hayatı inceleme ve izleme ve de doğayı fotoğraflama gibi faaliyetlere katılabilmektedirler. Diğer bir yandan da kampçılık insanlara şehir yaşamının stresinden, yorgunluğundan kaçma fırsatı sağlamakla birlikte kamp alanında yürüyüş yapma söz konusu olduğunda fiziksel faydalar sağlamaktadır. Ülkemizde beş bölgeye yayılmış yaklaşık 300 adet kamp alanı bulunmaktadır. En fazla kamp alanları

da başta Güney Ege sahilleri olmak üzere geniş bir coğrafi alana yayılmıştır (Şenol, 2008).

#### **1.2.4.4. Kuş Gözlemciliği Turizmi**

Kuş gözlemciliği doğayı kuşların gözünden görmeyi ve tanımayı sağlayan gözleme dayalı bir spor türü olarak nitelendirilmektedir. Kuş gözlemciliği çok uzun yıllardır çeşitli kişiler tarafından hobi olarak gerçekleştirilmektedir. Kuş gözlemciliği parklar, sulak alanlar, ormanlar, bozkırlar, dağlar ve göller gibi neredeyse her yerde kuşların doğal ortamlarında gözlenmesi esasına dayanmaktadır. Özellikle son yıllarda kuşların göç yolları üzerindeki bölgelere giderek burada belirli bir süre konaklayanların sayısı gittikçe artmaktadır. Kuşların doğal ortamlarındaki hareketlerini, göçlerini, barınma ve üremelerini izlemeye dayalı bu faaliyete ise kuş gözlemciliği turizmi denmektedir. Kuşları doğal ortamlarında gözlemlemek ve onları tanımak amacıyla yapılan seyahatlerde kişiler konaklama, ulaşım yeme içme gibi diğer gereksinimleri için çeşitli mal ve hizmetleri satın almaktadır ki bu durum turizm ekonomisine katkı sağlamakta ve kuş gözlemciliğinin turizm kapsamında değerlendirilmesine neden olmaktadır.

Kuş gözlemciliği turizmi, gerçekleştirildiği bölgede yaşayan yerel halkın turistlerin sağladığı gelirden pay elde etmelerini ve aynı zamanda çevrenin korunmasını da sağlayan bir turizm türüdür. Diğer taraftan biyoçeşitliliğin değeri konusunda yerel halkın eğitimi ve başarılı koruma ve doğal alanların muhafazası için yerel ve ulusal teşvikin yaratılmasını sağlama konusunda yüksek potansiyele sahip bir turizm türüdür.

Ülkemizde özellikle kuş göç yolları üzerinde yer alan sulak alanlar kuş gözlemciliği açısından önemli bir potansiyele sahiptir. Ülkemizin önemli sulak alanlarında ( Manyas, Göksu, İzmir Deltası vb.) kuş gözlem istasyonları ve gözlem

kuleleri kurularak kuş gözlemciliğinin geliştirilmesi amaçlanmıştır. Ülkemizde özellikle Sonbahar ve İlkbaharda görülen kuş göçlerinin önemli geçiş noktaları; İstanbul, Çanakkale Boğazı, Doğu Akdeniz (Adana, Hayat, Gaziantep) ve Kuzey Doğu Anadolu'dur (Artvin, Rize, Kars) (Türksoy ve Yürük, 2008).

### **1.2.5. Kış Turizmi**

Dünyanın en büyük ekonomik sektörlerinden turizm endüstrisinin önemli bir türü de kış turizmidir. Ülker, kış turizmini “genellikle karlı ortamlarda yapılan ve kış sporları uygulamalarının ağırlıklı olarak geliştirildiği merkez ve alanlar üzerinde yoğunlaşan bir turizm hareketi” olarak tanımlamaktadır (Ülker, 1999). Bu yüzden, kış turizmi bazen “kış sporları turizmi” olarak anılmaktadır ve belki de bu terim daha açıklayıcı olmaktadır. Doğaner ise; kış turizminin “dağların kayak sporuna uygun alanlarının konaklama, ağırlama ve eğlence tesislerinin yapımıyla kayan merkezlerine dönüşmesi” sonucu ortaya çıktığını belirtmiştir. Bu tanım, kış turizminin endüstrileşen yüzüne de vurgu yapmaktadır fakat faaliyeti mekansal açıdan dağlarla sınırlayarak eksik kalmaktadır. Zira çoğu kış sporu için karlı ortam gerekse de, kimi kış sporları (kayaklı koşu, kar motosikleti veya buz pateni gibi) için dağlık arazi gerekmemektedir. Kış turizmi günümüzde sadece bir spor turizmi türü olmaktan çıkmış ve sporun yanında tesis ve etkinlikleri de talep eden bir pazarın etkisine girmiştir (Doğaner, 2001).

#### **1.2.5.1. Kış Sporlarının Gelişimi**

Kış sporları derken kar veya buz üzerinde yapılan kayak, kızak, paten vb gibi kayar aletler yardımıyla bireysel veya takım halinde yapılan faaliyetlerden bahsedilmektedir. Fakat bu bahsettiklerimiz önceleri bir spor unsuru olarak doğmamış, daha çok soğuk iklimlerde yaşayan insanların kar ve buzla kaplı zeminlerde ulaşımı sağlama ihtiyacıyla ortaya çıkmıştır.

Kayak sporunun doğum yeri Norveç olmasına rağmen gerçek anlamda kış turizmin İsviçre’de olgunlaştığı iddia edilebilir. Hem kayak üretiminin başladığı ülke ham de çağdaş otelciliğin beşiği olan İsviçre, 20.yüzyılın başlarına sahip olduğu 200.000’den fazla yatak kapasitesi ile İngilizlerin ve Alman turistlerin kış turizmi taleplerini karşılamış, aynı zamanda yazları da dağ turizmine hizmet eden destinasyonlarını da geliştirerek birer kayak merkezine dönüştürmüşlerdir (Özgüç,2007).

II. Dünya Savaşı sonrasında kış turizmi kitlelere ulaşmıştır. Savaş yıllarında muharebe gereği kayak sporunda uzmanlaşan binlerce asker memleketlerine dönünce kayağa olan ilgi daha da artmıştır. Bu artış savaştan sonra artan refah, artan hususi araba sayısı ve gelişen hava ulaşımı sayesinde en yüksek noktaya ulaşmıştır. Büyüyen talep karşısında Fransa’da atılım yapılmış ve kayak merkezleri kurulmaya başlanmıştır. Fransa’daki bu eğilimi 1960 ve 70’li yıllarda İtalya, Avusturya ve Almanya gibi diğer Alp ülkeleri de izlemiş, ABD ve Kanada’nın bazı bölgelerinde de tesisleşmeler hızla çoğalmıştır (Clifford, 2002, s.22).

Türkiye coğrafyasında ise modern anlamda turizm hareketinin ilk tohumları, Osmanlı İmparatorluğu döneminde 19. Yüzyılın ortasında ortaya çıkmış fakat asıl atılım 1980’li yıllarda yaşanabilmiştir. Osmanlı Dönemi’nde “Şark Ekspresi” seyahatleri ve “Sergi-i Umumi-i Osmani” etkinliği gibi çekicilikler sayesinde İstanbul önemli bir turizm merkezi olmaya başlamış, Batı’daki çağa uygun otellere benzer otellerde Beyoğlu, Adalar ve Boğaziçi’nde açılmıştır. Daha sonrasında yaşanan dünya savaşları turizmin Türkiye’de gelişmesini sekteye uğratmıştır. 1970 ve 80’li yıllarda Türkiye’de dış turizm yine hareketlenmeye başlamış bunun akabinde de iç turizmde de hareketlenmeler başlamıştır (Zat,2005).

Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de kış turizminin gelişimi için öncelikle kış sporlarının tanınması ve benimsenmesini içeren bir süreç geçmiştir. Kayak faaliyeti 1960’lı yıllarda Türkiye’de bir turizm nesnesi olmaya başlamıştır. Türkiye’nin ilk tesisi 1950’li yıllarda Uludağ’da kurulmuş, bunu 1956’da Elmadağ, 1963’te Erciyes ve 1969’da Bitlis, Palandöken ve Sarıkamış izlemiştir. 1990’lı yıllara kadar kış turizmi pazarının %70’i Uludağ’a geri kalanı ise Kartalkaya ve Erciyes’e yönelirken, günümüzde, özellikle de havayollarının gelişimiyle, başta Doğu Anadolu’da Palandöken ve Sarıkamış’a kaymalar yaşanmıştır. Sonuç olarak; yurdun dört bir yanına yayılan kış turizmi talebinin hacmi yıllık 500.000 ziyaret sayısına ulaşmıştır. Ancak bu rakam genel nüfus içerisinde çok küçük bir oranı temsil etmektedir (Ülker, 2006).

#### **1.2.6. Av Turizmi**

Av turizmi, avcılarının yaşadıkları yerde değişik bir bölge veya ülkelere avlanmak, dinlenmek ve spor yapmak amacı ile gerçekleştirdikleri seyahatlerden oluşan ve gidilen ülke ve bölge ekonomisine katkılar sağlayan bir turizm türüdür (Ege,1998). Av Turizmi, bilinçli ve kurallar uygun olarak yapılması durumunda, bir yandan ülkenin yaban hayatını koruyup geliştirirken, diğer yandan da önemli bir gelir kaynağı oluşturmaktadır. Av turizminin önemsendiği ülkelerde av hayvanları sayıca artmakta, çevreye ve yaban hayata karşı bilinç gelişmektedir. Ayrıca, av turizminin yapıldığı yörelerde, usulsüz avcılığın azaldığı ve otokontrolün sağlandığı da görülmektedir (Mursalov, 2009).

Devlet Planlama Teşkilatı Özel İhtisas Komisyonu ormancılık ile ilgili olarak hazırladığı raporda av turizmini av kaynaklarının estetik ve turistik yönlerden değerlendirilmesi suretiyle ülke ekonomisine katkıda bulunmasını amaçlayan turizm faaliyeti şeklinde tanımlanmaktadır. Av turizmi, kara ve deniz avcılığı olmak üzere iki

grupta incelenmektedir (www.turkiyeavciları.com). Kara avcılığı: Tüfek, ok, yay gibi araçlar kullanılarak kırlarda, ormanlarda, sulak yerlerde uçar-kaçar şeklinde yapılan avcılıktır. Deniz Avcılığı: Tuzlu ve tatlı sularda yaşayan balık ve diğer su ürünlerinin ticari ya da sportif amaçlarla avlanma işidir.

Av turizmi katılımcıları genellikle yüksek gelir düzeyine sahip, doğa ve temiz havadan yararlanmak isteyen, avcılığa ve av hayvanlarına ilgi duyan, farklı türdeki canlıları tanımak ve avlamak isteyen kişilerdir. Türkiye’de av turizminin geliştirilmesi, kontrolsüz avlanmaların önlenmesi ve av kaynaklarından daha etkin şekilde yararlanmak amacı ile 1973 yılında 1618 sayılı “Seyahat Acenteleri Kanunu’na” dayanarak Turizm Bakanlığı ile Tarım Orman ve Köy İşleri Bakanlığı tarafından “Av Turizmi Yönetmeliği” çıkarılmıştır. Fakat bu yönetmelik de kontrolsüz avcılığı önleyememiştir.

### **1.2.7. Golf Turizmi**

Golf, dünyada pek çok kişi tarafından gerçekleştirilen bir spor türüdür. Golf Sporunun en önemli özelliği fazla fiziksel aktivite gerçekleştirilmeden doğa içerisinde gerçekleştirilen bir spor türü olması nedeniyle kişilere rahatlama hissi vermesidir. Günümüzde golf çim sahada, üzerinde doğal ya da yapay engellerin bulunduğu 18 parkurluk alanda oynanan bir oyundur. Fiziksel gücün yanı sıra yoğunlaşma ve etik görgü kuralları da gerekmektedir. Golfü diğer spor dallarından ayıran en büyük özellik yediden yetmişe herkesin oynayabileceği bir spor olmasıdır. Golf partnere gerek duymadan kişinin tek başına oynayabileceği ve sadece sahaya karşı mücadele edebileceği tek spor dalıdır.

Golf pek çok doğal ve yapay engelin bulunduğu ortalama 750.000 metrekarelik bir sahada oynanan bir açık hava sporudur. Golf dünyada her geçen gün daha fazla kişi

ve izleyicinin ilgisini çeken bir spor dalıdır. Golf gibi boş zaman değerlendirmeye temel oluşturan sportif faaliyetler turizm bölgelerinde giderek popülerlik kazanmaktadır. Bu nedenle de turistik destinasyonlar tek düzelikten uzaklaşmak, sportif faaliyetlere katılarak hafta sonlarını ve tatillerini eğlenceli geçirmek isteyenleri çekmek için bu imkanı sunmaktadırlar (Kim vd., 2005).

Golf turizminin gelişimi turizmin gelişimi ile paralellik göstermektedir. Önceleri sadece aristokratların yapabileceği bir aktivite olan turizm, zamanla gelişmiş, gelirlerin artması, ulaşım hizmetlerindeki gelişmeler, boş zamanların çoğalması, kültürler arası diyalog, kitle iletişim aletlerinin gelişmesi ile birlikte daha büyük kitlelere ulaşmıştır (WTO,1996).

Golf turizmi katılımcıları her yaş grubundan olabilmektedir. Ülkemizde ise golf turizmi katılımcıları genellikle orta ve üstü yaşlarda eğitim, kültür ve gelir düzeyi yüksek, farklı bir çevreyi keşfetme isteği duyan, farklı bir spor yapmanın keyfini yaşayan, farklı bir çevreye girmenin onları diğerlerinden farklı kıldığını düşünen erkek turistler tarafından yapılmaktadır. Ülkemizde 2014 itibariyle Antalya’da 14, İstanbul’da 3, Ankara ve Kastamonu’da ise 1’er tane golf sahası bulunmaktadır.

### **1.2.8. İnanç Turizmi**

Alternatif turizm türü olan inanç turizmi insanların inanç turizmi insanların inançlarını gerçekleştirmek amacıyla kutsal yerleri ziyaret etmeleriyle başlamıştır. Dinlerin var olduğu günden beri insanlar mensubu olduğu dinin kurallarını yerine getirmek amacıyla kutsal yerleri ziyaret etmişler ve bu durum kutsal yerlere kitlesel hareketlerin gerçekleştirilmesine neden olmuştur. Zaman içinde insanların dini arzularını gerçekleştirmek amacıyla sürekli yerde uzaklaşmaları, gittikleri yerde belirli

bir süre kalarak burada çeşitli turizm işletmelerinden yararlanmaları bu kitlesel hareketlerin turizm kavramı içerisinde değerlendirilmesine neden olmuştur.

İnanç turizmi, dinler tarafından kutsal sayılan yerleri ziyaret etmek, dinsel toplantı ve törenlere katılmak veya bunları izlemek, hac gibi dinsel törenleri yerine getirmek, kutsal ve ünlü mabetleri görmek amacıyla yapılan ve önemli boyutlara ulaşan seyahatlerin ve konaklamaların oluşturduğu turizm hareketidir (Usta, 2008, s. 13). İnanç turizmi genellikle insanların manevi ihtiyaçlarını gidermek amacıyla gerçekleştirdikleri seyahatler olarak tanımlanmaktadır. Ancak bununla birlikte inanç turizmi zaman zaman diğer bazı turizm türleri ile iç içe de gerçekleştirilebilmektedir. Diğer bir ifade ile turistler inanç turizmi dışında bir turizm türünü gerçekleştirirken zamanlarının belirli bir kısmını inanç turizmine ayırıp kısa süreli olarak bu turizm türü içerisinde yer alabilmektedirler.

İnanç turizmine katılan turistlerin en önemli özelliği dini vazifelerini yerine getirmek, hacı olmak, böylece iç huzura ulaşmak ve maneviyatlarını gerçekleştirmektir. Genellikle inanç turizmini katılımcıları 40 yaşından büyük, orta ve üstü gelir düzeyine sahip, ilgi duyduğu ve merak ettiği dini yerleri keşfetme ve maneviyatını farklı şekilde yaşamak isteyen, kutsal yerleri tanıyarak bilgi sahibi olmak isteyen, bu turizm türünün kişinin kendisini mutlu ve huzurlu hissettirdiğine inanan kişilerdir (Albayrak, 2013, s. 232).

Dünya’da Portekiz-Fatima, Fransa-Laurdes, İtalya-Vatikan, Bosna Hersek-Medjugorje, İsrail-Kudüs, Suudi Arabistan- Mekke, Medine önemli inanç turizmi merkezleri olarak kabul edilmektedir. Ülkemizde Müslümanlar açısından kutsal kabul edilen birçok yer, cami ve külliye bulunmaktadır. Türkiye’de Hıristiyanlar için de pek çok kutsal yer bulunmaktadır. Fakat ülkemizde özellikle Şanlıurfa inanç turizmi

açısından büyük önem taşımaktadır. Üç semavi dinin de kabul ettiği Hz. İbrahim, Hz. Şuayip, Hz. Eyüp ve onların soyundan gelenler bir süre Şanlıurfa'da yaşamıştır. Bu yüzden Şanlıurfa'ya "Peygamberler Şehri" denilmektedir. Yine İsa peygamber aldığı davet üzerine bu şehri kutsamış ve yüzünü yıkadığı mendili buraya göndermiştir.

### **1.2.9. Akarsu Turizmi**

Akarsu sporları turizmi genellikle küçük gruplar halinde gerçekleştirilen, turistlerin doğa içerisinde akarsularda çeşitli sportif faaliyetleri gerçekleştirdikleri, turistlere macera ve eğlenme gibi deneyimler de sunan turizm türüdür. Her ne kadar akarsu sporları turizmi kapsamına kano, akarsu kayağı gibi sporlar girse de ülkemizde akarsu sporları alanında rafting ön plana çıkmaktadır. Rafting altı ya da sekiz kişilik gruplar halinde, bir ekip olarak doğa ile mücadele etmek ve üzerinde bulunan raftı devirmeden, sadece kürek ile yönlendirilerek raftı kayalar ve engeller arasından geçirerek yapılan bir etkinliktir (Kozak vd.,2001, s. 174).

Akarsu sporları turizmine katılan turistlerin özellikleri incelendiğinde bu turistler genellikle genç, eğitilmiş orta ve yüksek gelir düzeyine sahip, heyecan macera ve farklılık arayan, risk, heyecan, serüven ve yenilik ihtiyaçlarını giderme arzusunda olan turistlerdir. Akarsu sporları turizmi turistleri hem macera arayışı içinde olan hem de farklı bir spor yapmak isteyen, farklı bir spor alanında bilgi, beceri ve deneyim kazanma arzusunda olan erkek turistler tarafından yapılmaktadır.

Türkiye'de irili ufaklı yüzlerce akarsu bulunmakta olup, birçoğu akarsu sporlarına elverişli yapıdadır. Yeryüzünün en hızlı akan nehirlerinden biri olarak ün yapan Çoruh Nehri dünyaca tanınmakta olup, 1993 yılında 28 ülkeden 300 sporcu, bilim adamı ve basın mensuplarının katıldığı 4. Dünya Akarsu Şampiyonası'na ev

sahipliği yapmıştır. Bugün Türkiye’de bulunan akarsularda rafting yapmaya gelen yüz binlerce turist mevcuttur. Sadece Antalya Köprülü Kanyon’a rafting yapmaya gelen turist sayısı yıllık yaklaşık 500.000 kişiyi geçmektedir. Ülkemizde Çorun Nehri, Köprüçay, Manavgat Çayı, Dim Çayı, Adana-Fenek ve Göksu Nehri, Zamatı Irmağı ve Fırta Nehri’nin bir kısmında rafting yapılmaktadır.

### **1.2.10. Kültür Turizmi**

Kültür, bir toplumun sahip olduğu maddi ve manevi değerler ile tarih, felsefe, ahlak, bilim, sanat, spor, ekonomi, sanayi, hukuk, sağlık, turizm vb alanlardaki varlığının, süreçlerinin ve etkinliklerinin oluşturduğu bir bütündür (Tunç ve Saç, 1998, s. 31). Bir ülkenin farklı alanlardaki varlığı kadar sahip olduğu doğası, iklimi, o bölgede geçmişte yaşanmış olan olaylar, sonraki zamanlarda bu bölgede yaşayan insanları ve onların yaşam biçimlerini de etkilemektedir ki bu durum kültürü ortaya çıkarmaktadır. Kültür, sadece bir bölgede yaşamış olan insanlardan, onların yaşadığı olaylardan, değer sistemlerinden, inançlarından, alışkanlıklarından, geleneklerinden, göreneklerinden, doğruları ve yanlışları gibi unsurlardan oluşmamaktadır. Aynı zamanda yaşanan bölgenin coğrafi özellikleri bir diğer deyişle insanların yaşadıkları coğrafi şartlar, bu şartlara bağlı olarak yaşadıkları evler, giyim tarzları, gibi unsurları da içermektedir. Kültür, insanların yaşama biçimini ifade etmekte ve ayrıca kültür, bir topluluk için çok uzun bir süreci kapsayan ve o topluma ait maddi ve manevi değerleri de içine alan bir kavramdır.

Günümüzde insanlar kendi geçmişlerine ait kültürel izleri ve eserleri görmenin yanı sıra kendi kültürleri dışındaki kültürel değerlere de ilgi göstermektedirler. Bu durum insanların farklı kültürlere ait değerleri tanımak adına yaptıkları seyahatleri gündeme getirmektedir. Bu seyahatler, yılın her ayı gerçekleştirilebilecek, toplumlara

ait kültürel değerlerin hem yerli hem de yabancı turistlere tanıtılmasını sağlayan ve aynı zamanda da kültürel değerlere sahip çıkma ve bu değerleri koruma bilincinin artmasına da katkı sağlayan özelliklere sahip turistik faaliyetleri ortaya çıkarmıştır. Bu durum bir turizm çeşidi olan kültür turizmin çıkmasına neden olmuştur.

Kültür ve turizm birbiri ile sıkı ilişkilere sahip olan iki kavramdır. İnsanları turizme yönelten etkenler düşünüldüğünde kültür ve kültüre duyulan ilginin turizmin başlangıcından beri kişileri seyahate yönlendirdiği söylenebilir. Kültür ve turizm arasındaki ilişki, insanların başka kültürlere olan ilginin ve eğitim düzeyinin artması sonucu kültürel birikimin artması, gelişmiş bölgelerdeki nüfusun yaşlanması, post modern tüketim şekliyle maddiyatçılıktan çok kişisel gelişime vurgu yapılması, farklılığı ve yeniliği doğrudan tecrübe etme isteğine bağlı olarak artmıştır. Ayrıca seyahat imkânlarındaki artış sonucu diğer kültürlere ulaşımın kolaylaşması talep açısından da gelişme göstermiştir. Bununla birlikte turizm ile kültür arasındaki ilişki arz açısından değerlendirildiğinde kültürel turizmin yükselen Pazar ve nitelikli turizm olarak görülmesi, yeni teknolojiler sayesinde kültür ve turizm ile ilgili bilgilere ulaşımın kolaylaşması, yeni ulusların ve bölgelerin ortaya çıkmasıyla farklı kültürleri tanıma isteği, bölgelerin ve ulusların imaj oluşturma isteği ve bu iki kavram arasındaki ilişkiyi arttırmıştır (OECD, 2009).

Kültür turizmi ilk kez 1969 yılında Kanada'nın Ontoria kentinde düzenlenen bir kongrede, "kültürel motivasyonlar ile seyahat etmek" olarak dar anlamda tanımlanmış, daha sonra çeşitli yazarlar tarafından da kültür turizmine ilişkin farklı tanımlamalar yapılmıştır (Toskay, 1993, s. 156). Kültür turizmi festival, folklor, tiyatro ve sergi gibi sanat etkinliklerine katılmak, geçmiş ve yaşayan uygarlıklar ile kültürel değerleri tanımak, tarihi yerleri ve toplumun yaşam tarzlarını görmek amacıyla yapılan gezidir

(Aydın, 1997, s. 27). Başka bir tanımda; Kültür turizmi, doğal çevreyi, kültürlerle bağlantı çevreleri ve bu kültürlerde yaşayanların ihtiyaçlarını tanımak ve korumak isteyen küçük grupların katıldığı turistik faaliyetlerdir (Ryan, 2002, s.953).

Kültür turizminin yapı maddesini oluşturan kaynaklar çok çeşitlidir. İnsanların ise bu kaynaklara olan ilgisi gün geçtikçe artmaktadır. Çünkü gün geçtikçe insanların eğitim ve kültür düzeyinde meydana gelen artış onların bilinmeyene olan meraklarını da arttırmış, onları daha fazla yeni bilgi edinebilecekleri kültür turizmine yönlendirmiştir. Diğer taraftan kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması, ülkelerin tanıtımlarında kültürel değerlere yer vermeleri de kültür turizminin gelişmesine katkı sağlamıştır. Kültür turizmi oldukça geniş bir yelpaze olarak düşünülebilir. Medeniyetlerin sahip oldukları pek çok değer kültür turizmi kapsamında turistler tarafından seyahat edilmektedir (Richards, 2002).

Ülkemiz kültür turizmi açısından son derece önemli ve çok çeşitli değerlere sahiptir. Özellikle Türkiye'nin bulunduğu coğrafi konum burada geçmişten bugüne pek çok farklı medeniyete ev sahipliği yapmış, Asya ve Avrupa'yı birleştiren bir noktada köprü vazifesi görmesi nedeniyle de ülkemizde pek çok farklı kültürün izlerini de görmeyi mümkün kılmıştır.

Ülkemiz kültürel miras turizmi açısından son derece zengin bir ülkedir. Binlerce yıldır pek çok kültür ve medeniyete ev sahipliği yapan ülkemizin hemen hemen her yerinde kültürel miras kalıntılarına rastlamak mümkündür ve bu yerler her yıl yerli ve yabancı turistler tarafından ziyaret edilmektedir. Ülkemizin, Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü'nün sorumluluğu altında yürüttüğü çalışmalara neticesinde bugüne kadar UNESCO (United Nations Educational Scientific and Cultural Organization-Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü) Dünya Miras

Listesi'ne 10 adet varlığımızın alınması sağlanmıştır. Bunlar sırasıyla: İstanbul'da Hipodrom, Ayasofya, Aya İrini, Küçük Ayasofya Camisi ve Topkapı Sarayı'nı içine alan Arkeolojik Park; Süleymaniye Camisi ve çevresine içine alan Süleymaniye Koruma Alanı; Zeyrek Camisi ve çevresini içine alan Zeyrek Koruma Alanı ve Tarihi Surlar Koruma Alanı Kültürel Miras Alanı kabul edilmektedir. Diğerleri: Sivas İlimizin, Divriği İlçesinde yer alan Divriği Ulu Camisi ve Darüşşifası, Nevşehir İlimiz sınırları içerisinde yer alan Göreme Milli Parkı ve Kapadokya, Çorum ilimizde yer alan Hattuşaş-Hitit Başkenti, Adıyaman ilimizde yer alan Nemrut Dağı, Denizli şehrimizde yer alan Pamukkale-Hierapolis, Antalya ve Muğla illerimiz sınırlarında yer alan iki antik kent olan Xanthos-Letoon, Karabük ilimiz sınırlarında yer alan Safranbolu, Çanakkale ilimizde olan Truva Antik Kenti, Edirne şehrimizde bulunan Edirne Selimiye Cami ve Külliyesi'dir.

### **1.2.11. Sağlık Turizmi**

Sağlık turizmi, tezimizin ikinci bölümünde tüm bölümleri, ekonomik etkileri ve tüm ayrıntıları ile incelenecektir.

## **1.3. TURİZMİN EKONOMİK ETKİLERİ**

Günümüzde turizmin yarattığı ekonomik, sosyal, kültürel ve politik etkiler, ülke ekonomilerinde ve özellikle uluslararası ekonomik ve politik ilişkilerde önemli sonuçlar doğurmaktadır. Bu durum, yalnız uluslararası turizm hareketinden büyük pay alan gelişmiş ülkelerde değil, aynı zamanda gelişmekte olan ülkelerde de turizme verilen önemi arttırmaktadır. Turizm iyi kurgulandığında, bölgeler arası dengesizliği giderici, kırsal alanı, gençleri ve kadınları öne çıkarıcı, yerel halkın kültürel değerlere, doğa ve kültür varlıklarına sahip çıkılmasını teşvik edici, eski yapılara yeni işlevler kazandırıcı özelliklere sahiptir (Pekin,2011).

Dünya ülkeleri tarafından yıllardır turizmin ekonomik yararlarına öncelik verilmiş, hem ülke hem de bölge kalkınmasında en önemli araçlardan biri olarak değerlendirilmiştir. Bu nedenle turizm potansiyeli bulunan gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler özellikler uluslararası turizm faaliyetlerine ağırlık vererek, hem ekonomik gelişmelerini hızlandırmak hem de geliri tabana yaymak suretiyle ülkedeki refah düzeyini yükseltmeyi amaçlamaktadır (Çetintaş ve Bektaş, 2008).

Turizm günümüzün en önemli küresel olaylarından biridir. Bugün 750 milyonu aşan sayıda insan dünyayı tanımak, gezmek, eğlenmek ve dinlenmek için yarım trilyon dolardan daha fazla para harcamaktadır. Turizmin sahip olduğu bu dinamizm, ülkelerin ekonomik sorunlarının çözülmesinde ve dar boğazların aşılmasında giderek artan bir önem arz etmektedir. Turistlerin yaptıkları harcamalar, ekonomiye dalga dalga yayılarak ülke ekonomilerini canlandırmakta ve bu ihtiyaçların karşılanmasına yönelik üretim spesifik bir özellik kazanmaktadır (Selçuk, 2015)

### **1.3.1. Turizmin Parasal Ekonomik Etkileri**

Bir ülkeye yönelik dış turizm harcamaları, ülkenin dış ticarete ihtiyaç duyduğu döviz elde etmesini sağlamak ve böylece döviz arzı artmaktadır. Bu durum ödemeler bilançosu açıklarını kapatmada etkin rol oynamakta ve ayrıca ulusal paranın değer kazanmasını sağlamaktadır. Bununla birlikte turistik gelirlerin ekonomiye girdikten sonra bir değil, birden çok el değiştirerek harcanması ekonomiyi canlandırmaktadır. Artan turistik talep yatırımları hızlandırmakta ve turizm arzı artmaktadır. Artan tüketim ve yatırım harcamaları devletin vergi gelirlerini arttırmakta, ulusal gelir üzerinde katma değer etkisi yaratmaktadır (Selçuk, 2015, s. 115).

### 1.3.1.1. Turizmin Dış Ödemeler Dengesine Etkisi

Günümüzde birçok ülke, özellikle de gelişmekte olan ülkeler ödemeler dengesi bakımından önemli sorunlar yaşamaktadır. Bu sorun genellikle ödemeler dengesinin önemli miktarlarda açık vermesi şeklinde ortaya çıkmaktadır. Ödemeler dengesi açıklarının kapatılmasında temel yol ülkenin dışsattımının artırılmasıdır. Dışsattımın artırılması ise uzun bir süreci, önemli miktarda kaynak ve önemli çabaları gerektirmektedir. Bu nedenle ülkeler göreceli olarak kısa sürede az kaynak ve çabayla sonuç alabilecekleri seçenekleri kullanmak istemektedirler. Bütün dünyada hızla gelişmekte olan turizm sektörü bir çok ülkenin ilgisini çekmektedir. Çünkü turizm sektörü ülkelerin ivedi olarak gereksinim duydukları döviz dışsattımını artırılmasına oranla daha kısa sürede, daha az kaynak ve çaba ile yaratma şansına sahip olan bir sektör olarak görülmektedir. Bu nedenle birçok ülke turizm sektörünü geliştirerek ödemeler dengesi açıklarını kapatmak için ve ekonomik darboğazlara düşmemek için büyük çaba harcamaktadır. Bu ülkelerden birisi de Türkiye'dir (Bulut, 2003).

Turizmin ödemeler dengesi üzerindeki etkileri birincil ve ikincil etkiler olarak ayrılmaktadır. Birincil etkiler doğrudan turizm harcamalarıdır. İkincil etkiler ise turizmin gelir, istihdam, katma değer, devlet gelir ve harcamaları gibi etkilerdir. Turizmin ödemeler dengesi üzerindeki ikincil etkilerinin saptanması oldukça zordur. Bu nedenle daha çok birincil etkiler üzerinde durulmaktadır. Birincil etkiler ekonomide hızlı bir şekilde ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle ölçülmesi nispeten daha kolaydır. Bu etkiler, yabancı ziyaretçilerin günlük harcamalarından ortaya çıkarılabilir. Bu harcamalar konaklama, ulaştırma, alışveriş ve eğlence gibi kategorilere ayrılarak kolaylıkla belirlenebilir.

Ödemeler bilançosu genellikle, bir ülkede yerleşik kişilerin belirli bir dönem boyunca yabancı ülkelerde yerleşik kişilerle yaptıkları tüm ekonomik işlemlerin sonucunu gösteren sistematik bir kayıt biçimidir. Turizm diğer sektörlerle kıyasla fazla altyapı yatırımı gerektirmez. Hatta başlangıçta bölgedeki mevcut altyapıdan yararlanmak mümkündür. Turizm yeni bir endüstri geliştirmekten daha kolay bir yoldur. Fiyatları düşürecek politikalar kullanmak suretiyle hızlı biçimde turistik talep yaratılabilir (Ersungur, 1996).

Turizm, özellikle gelişmekte olan ülkeler tarafından şiddetle ihtiyaç duyulan döviz girdisi sağlayan, istihdam olanakları yaratarak işsizliğin azaltılmasına katkıda bulunan bir ekonomik faaliyet olarak kabul edilmektedir. Öyle ki, Türkiye'nin de içinde bulunduğu kimi ülkeler turizmi başlı başına bir ekonomik gelişme aracı olarak kabul etmişler ve yetersiz ekonomik kaynakların önemli bir bölümünü turizmin gelişimine ayırmışlardır.

### **1.3.1.2. Turizmin Gelir Yaratıcı Etkisi**

Turizm olayında turistler ile devlet ve özel sektör işletmelerinin yaptıkları harcamalar, sözü edilen ekonomik birimler için bir gider kalemi oluşturmaktadır. Buna karşılık, aynı mal ve hizmetin satıcısı durumundaki ulaştırma, konaklama, yiyecek-içecek, hediyelik eşya vb. işletmeler bir gelir elde etmiş olmaktadır. Turizmden elde edilen gelirden bahsedilirken çoğu zaman yabancı turistlerin ülkede yaptıkları harcamalardan doğan gelirlerden yani turizmden elde edilen döviz gelirlerinden bahsedilmektedir. Gerçekte ülke vatandaşlarının da turistik harcamaları, turistik mal ve hizmet üretenler için gelirdir. Hem yerli hem de yabancı turistlerin turistik mal ve

hizmetler için yaptıkları ödemeler harcama gelir akımını hızlandırarak ekonomide dinamizm yaratacaktır (Birkan, 1995).

Direkt turizm harcamalarının yarattığı gelir etkisinin yanı sıra, bu harcamalar karşılığında gelir elde eden ekonomik birimlerin çeşitli nedenlerle yaptıkları harcamalar, ekonomi içinde devir ederek yeni gelirlerin yaratılmasına neden olur. Bu mekanizmanın işlemesi ile ortaya çıkan nihai turizm geliri iç ve dış turistlerin yaptıkları harcamalardan oldukça yüksektir. Uluslararası turizm harcamaları, turist çeken ülkenin turizm sektöründe (ulaştırma, konaklama, yeme-içme) ve sektörü besleyen yan sanayilerde (hatıra eşyası, gıda maddeleri vb.) yeni gelir halkaları yaratmaktadır.

Turizmden ekonominin hemen hemen bütün sektörleri faydalanmaktadır. Turizmden elde edilen gelirlerin çabuk ve etkili bir şekilde ekonomik dolaşımda yer alması; direkt, endirekt ve uyarılmış etkilere yol açmaktadır. Ekonomide kişisel gelirlerin artışına paralel olarak artan tüketim harcamaları uyarılmış etkiler yaratarak bir canlanmaya neden olacaktır. Turizmden elde edilen gelirlerin ekonomi içinde birden çok harcanması suretiyle yaratılan endirekt ve uyarılmış etkilere 'ikinci derece etkiler' denmektedir. Turistik yatırım harcamaları ise ekonomi içerisinde harcama-gelir akımına yol açarak, başlangıçtaki ilk yatırım harcamasını aşan bir gelir yaratır. Bir ülkede toplam turizm yatırımlarında meydana gelen her artış toplam talebi de etkileyeceği için ulusal gelirlerde artışlara neden olur. Ekonomideki her yatırım gibi turistik yatırımlar da gelir artışına yol açar. Ancak yatırım hacmindeki değişikliklerin gelir düzeyine etki derecesi marjinal tüketim eğilimine bağlı olarak ortaya çıkar.

Turizm sektörü bir ekonomi için katma değer yaratır. Katma değer, kısaca, girdi ile çıktı arasındaki fark demektir. Bir başka ifade ile katma değer, belirli bir üretim aşamasındaki bir firmanın satışları ile firmanın yapmış olduğu ara tüketim harcamaları

arasındaki farktır. Bir ekonomide bütün firmaların yarattıkları katma değerler toplanırsa, o ülkedeki gayri safi milli hasıla elde edilir (Selçuk, 2015).

Turizme bağılı olarak yapılan tüm harcamalar, maliyet yapılarının analizleriyle bağlantılı olarak, bir değer yaratır. Bu gelirlerin büyük bir kısmı genellikle dolaylı şekilde turizm mahallindeki halka yansımaktadır. Turizm işletmelerinde çalışanların bu bölgede yerleşik olması, bu kişilerin harcamalarının bölgeye akmasına neden olmaktadır.

### **1.3.1.3. Turizmin İç Fiyatlara Etkisi**

Bir ekonomide turistik aktivitenin canlanması, hem ithal mallarının talebinin hem de mal ve hizmet talebi ve üretim faktörleri talebinin artmasına neden olur. Talepteki bu artış üretim faktörlerinin maliyetini artırırken diğer yandan, artan talebi karşılamak için yatırım kararı ve yatırımın fiilen gerçekleşmesi için geçen sürede fiyat artışları söz konusu olur. Bu nedenle ekonomistler turistik gelişmenin ek maliyeti olarak enflasyonist bakıların ortaya çıkacağından bahsetmektedirler. Çünkü turizm sektörü, ihtiyaç duyduğu girdileri diğer sektörlerden karşılamaktadır (Beken, 2007).

Turizmin enflasyon üzerinde önemli etkileri söz konusudur. Yaygın kanı; turizmin enflasyonu artırıcı bir faktör olduğu yolundadır. Turizmin bir ülkede enflasyonu artırarak para değerinin düşmesine ve fiyatlar genel seviyesinin yükselmesine yol açan dinamik bir sektör olduğu düşünülürse, turizm sektörünün de turistik ihtiyaçları karşılamak için diğer sektörlerden yararlandığı için enflasyonist baskıyı artırdığı söylenebilir. Turizm sektörünün bu enflasyonist baskılar yaratması yanında, muhakkak ki sektör de var olan enflasyondan etkilenir.

İç turizm açısından; fiyat artışları reel gelirleri azaltacağından turizm talebini olumsuz etkiler. Böylece iç turizmde turistik tüketim azalır. Dış turizm açısından ise; enflasyon oranı ülke parasının değer kaybı oranından yüksek olursa aşırı değerlenen ülke parası yüzünden dış turizm talebinde fiyat bağlı bir gerileme görülür. Maliyet enflasyonu nedeniyle turistik mal ve hizmet üretimindeki girdi fiyatlarının artması üretim faktörlerinin maliyetini artırır. Yabancı turistlerin arzu ettiği nitelikte mal ve hizmetlerin kendisine sunulabilmesi için, hem nitelikli tesis inşası hem de mal ve hizmet tüketimi için önemli miktarda dış alım gerekecektir. Bu nedenle ithal girdi oranı artacaktır. Yabancı turistlerin arzu ettiği nitelikte mal ve hizmetlerin kendisine sunulabilmesi için, hem nitelikli tesis inşası hem de mal ve hizmet tüketimi için önemli miktarda dış alım gerekecektir. Bu nedenle ithal girdi oranı artacaktır. Enflasyonist bir ortamda, turizm sektöründe çalışanların, nominal ücretleri yükselse dahi, reel ücretleri azalacağından verimlilikleri düşecektir. Sonuçta hiçte arzu edilmeyen bir sonuç olarak hizmet kalitesi azalacaktır (Kahraman ve Türkay, 2006).

#### **1.3.1.4. Turizmin Devlet Gelir ve Harcamalarına Etkisi**

Bir ülkede turizmin gelişmesine paralel olarak hem devlet gelirleri hem de kamu harcamaları artar. Genel bir ifade ile devlet, turizm yatırımlarından ve turistik tesislerde çalışanların kazançlarından alınan doğrudan vergiler, gümrük, resim, harçlar, turistlerin tükettikleri mal ve hizmetlerden alınan dolaylı vergiler, turistik kredilerin faizleri, kamunun mülkiyetindeki ve kamunun finanse ettiği tesislerden gelir elde eder.

Devlet turizm sektöründe faaliyette bulunan işletmelerden, elde ettikleri kazançlardan ve kullandıkları üretim faktörlerinden doğrudan vergiler almaktadır. Sermaye şirketleri, kooperatifler, iktisadi kamu kuruluşları ve vakıfların işlettiği turistik

işletmeler safi gelirlerinin belirli bir yuzdesini kurumlar vergisi olarak devlete oederler. şahıs şirketleri ise gelir vergisi oederler. Ayrıca devlet turistik işletmelerden gelir vergisi, bina vergisi, çalışan personelden gelir vergisi ve sigorta primi şeklinde vergi geliri elde eder. Bununla birlikte devletin turistik mal ve hizmetlerin satışından elde ettiği katma değer vergisi, ozel tüketime vergisi şeklinde ki dolaylı vergilerde devletin önemli vergi gelirleridir. Devlet turistik mal ve hizmet ithalinden gümrük vergisi almaktadır (Ferrel ve Hartline, 2007).

Devlet aktif ve pasif dış turizmden gelir elde eder. Ülkeye gelen turistlerin harcamalarından alınan vergiler yanında ayakbaştı parası, vize uygulanan ülke vatandaşlarından vize ücretleri, oyun harçları, lisanlar, resimler, liman vergisi vb. gelirler elde eder. Ülke dışına giden vatandaşlardan ise dış harcamalar vergisi ve fon şeklinde gelir elde edilir. Devletin ayrıca, haberleşme, ulaştırma, temizlik harçları, pul gelirleri, avcılık resimleri ve giriş ücretleri (müzeler, milli parklar vb.) şeklinde turizme atfedilebilecek gelirleri de söz konusudur.

### **1.3.2. Turizmin Reel Ekonomik Etkileri**

Turizm yarattığı parasal etkilerinin yanı sıra ekonomide reel ekonomik etkiler de yaratmaktadır. Emek-yoğun bir üretim yapısına sahip olması dolayısıyla istihdam etkisi, diğer sektörlerden kullanılmış olduğu girdiler nedeniyle diğer sektörlere etkisi, alt ve üst yapıya etkisi ve bölgelerarası kalkınma farklarının ortadan kaldırılmasındaki olumlu etkileri turizmin ekonomide yarattığı gerçek ekonomik etkilerdir (Selçuk, 2015, s. 130).

Bir ülke ekonomisi bakımından, turizmin döviz kazancı sağlama yönü ne kadar önemli ise, alt yapıya katkısı, bölgelerarası dengesizliğin giderilmesi katkısı, istihdam imkanlarıyla işsizliğin azaltılmasına katkısı, diğer ekonomik sektörlerdeki ticari

faaliyetlerin hareketlilik kazanmasına katkısı gibi parasal olmayan gelişmelerde önem arz etmektedir. Turizmin reel ekonomik etkileri başlığı altında incelenen bu etkileri, turizmin istihdam, diğer ekonomik sektörler, alt yapı ve bölgelerarası dengeli kalkınmaya etkisi başlıkları altında incelemek mümkündür.

### **1.3.2.1.Turizmin İstihdam Etkisi**

Turizmin yarattığı istihdam etkisini dolaylı ve dolaysız istihdam etkisi olarak ikiye ayırarak incelemek mümkündür. Turistik işletmeler emek-yoğun işletmelerdir. Hizmet yönü büyük önem arz eden turizm sektöründe makineleşmeye ve otomasyona gitmek oldukça zordur. Bu durum turizm sektöründe doğrudan istihdam etkisini artırmaktadır.

Bir ülke ekonomisinde ve turizm sektöründe, turizm sayesinde artırılan üç tip istihdam vardır: Turizm sektöründeki tesislerde (konaklama işletmeleri, yeme-içme vb) turistik harcamalar sonucu oluşan doğrudan istihdam, Turistik harcamalar sonucu gerçekleşmeyen, fakat turizm sektörüne girdi veren diğer sektörlerde oluşan dolaylı istihdam, Ülke vatandaşlarının turizmden elde ettikleri gelirleri yeniden harcamaları suretiyle oluşan ek istihdam veya uyarılmış istihdamdır (Chang, 2001).

Turistik harcamalar öncelikle tipik turizm işletmeleri olarak tanımladığımız turistik işletmelerde doğrudan istihdam yaratacaktır. Turistik işletmeler diğer sektörlerden girdi kullanmak suretiyle o sektörlerde dolaylı istihdam yaratacaktır. Turizm sonucunda gelirleri artan ülke vatandaşlarının bu gelirleri ülke ekonomisi içinde harcamaları sonucu, turistik çarpan etkiyle, ilave istihdam yaratılacaktır. Bir ülke için turizmin yarattığı doğrudan, dolaylı ve ek istihdam etkileri, o ülkenin turistik ürünlerine gösterilen talebe bağlıdır. Turistik talep arttıkça turizmin istihdam yaratma etkisi de

buna paralel artmaktadır. Artan turistik talebi karşılamanın tek yolu turistik yatırımları artırmak olacaktır.

Turizm sektörü gelişmiş ve gelişmekte olan ekonomiler için önemli bir istihdam alanı olarak görülmektedir. Özellikle ekonominin durgun olduğu dönemlerde turizm, yeni istihdam alanlarının yaratılarak işsizlik oranının aşağı çekilmesinde önemli bir araç kabul edilmektedir.

Turizm sektörü, yalnızca turist kabul eden ülke veya bölge için değil aynı zamanda da turist gönderen ülke ve bölgede de istihdam alanı yaratır. Günümüzde kitle turizminin yaygınlaşması ve turistik aktivitenin büyük ölçüde paket turlarla gerçekleştiriliyor olması, turist gönderen ülkede bir takım ekonomik faaliyetlerin ortaya çıkmasına neden olmaktadır (örneğin seyahat acenteciliği). Bu da turizmin istihdam etkisinin sadece turist kabul eden ülkeyle sınırlı kalmadığını göstermektedir (Yağcı, 2007, s. 32).

Turistik harcamaların istihdam yaratma etkisi sadece turistlerin ihtiyaçlarını karşılamak için yaptığı harcamaların ortaya çıkardığı etkiyle sınırlı değildir. Turizm sektöründe istihdam yaratan bir diğer harcama, turistik ihtiyaçları karşılamaya yönelik devlet ve özel sektör yatırım harcamalarıdır. Bu harcamalar yerli ve yabancı turistlerin konaklama, yeme-içme, eğlenme ve dinlenme ihtiyaçlarını karşılayacak tesis, arazi ve teçhizat için yapılan harcamalardır.

Gerek turistik tüketim, gerekse turistik yatırım harcamalarının yarattığı istihdam etkileri ayrı ayrı değil “turistik istihdam çarpanı” kapsamında değerlendirilmelidir. Çünkü her iki tipteki harcamada ülkede gelir artışına neden olmakta ve yeni istihdam alanlarının ortaya çıkmasına sebebiyet vermektedir. Örneğin kamu ya da özel sektör

tarafından yapılan turistik amaçlı yatırımlar, bu yatırımların hem planlama hem de uygulama aşamasında, bir çok kişiye iş imkanı yaratırken, turistik tüketim harcamaları da bu harcamaların yapıldığı turistik tesislerde doğrudan, turizmle ilgili diğer faaliyet alanlarında da dolaylı istihdam etkisi yaratır.

### **1.3.2.2. Turizmin Diğer Ekonomik Sektörlere Etkisi**

Turizm sektörü hizmetler sektörü olarak adlandırılan üçüncü sektör içerisinde yer almaktadır. Taşıdığı özellik itibariyle ekonominin diğer sektörleri ile yoğun ilişki içerisinde. Turizm sektörü, turistik ihtiyaçların karşılanmasında ekonominin bütün sektörlerinden yararlandığı gibi, bazı sanayi kollarını içine almakta, bazılarını kendi ihtiyaçlarına göre şekil vermekte, bir kısmını da yeniden yerine getirmektedir. Tarım sektörü ürünlerinden büyük ölçüde yararlanmakta ve diğer sektörlerde de bir canlanma ve harekete neden olmaktadır.

Turizmin tarım sektörü üzerinde en önemli etkileri, gelir ve istihdam üzerinde görülür. Turistik bölgelerde artan turizm talebine paralel olarak, turistlerin yeme-içme ihtiyacını karşılayan tarım ürünlerine olan talebin artması sonucu tarım sektöründe yer alan kişilerin ürünleri daha iyi değerlendirilir ve böylece bu kişilerin gelirlerinde de artış olur. Turistik bölgelerde arazi sahibi olan yöre halkı, bu arazilerin kamp alanı olarak turizme açılması sonucu ek bir gelir elde etme imkânına kavuşur. Turizmin tarım sektöründeki istihdamı ne şekilde etkilediği ile ilgili olarak; tarım kesiminde meydana gelen mevsimlik işsizliği ve atıl kapasiteyi ortadan kaldırması şeklindeki olumlu etkisinden bahsedilebilir. Özellikle, turizm sektörünün ihtiyaç duyduğu kalifiye olmayan işgücünün tarım sektöründe karşılanması mümkündür (Selçuk, 2015, s. 136).

Turizmin sanayi sektörü üzerindeki etkileri, ağırlıklı olarak tüketim ve ara malı üreten sanayilerde ortaya çıkar. Yatırım malı üreten sanayilerde ise turizmin etkisi zayıftır. Turizmin sanayi sektörü üzerindeki etkisi daha çok turistik yatırımların artması ile birlikte bu yatırımlarda kullanılan sanayi malları üzerinde görülür. Turistik amaca yönelik olarak alt yapı yatırımlarının gerçekleştirilmesi, ağır sanayi ürünlerine yönelik talebi artırır. Konaklama tesisleri yapımında, her tür inşaat malzemesi, teçhizat ve tefriş ile ilgili malların kullanılması, bu malları üreten sanayi kollarında hareketlenmeye yol açacaktır. Bilişim sektöründeki hızlı gelişmeler, konaklama sektöründe uygulama alanı bulduğu ölçüde bu alana yönelik talebi de artıracaktır. Toplam turistik yatırım harcamaları içinde en büyük paya inşaat sektörü sahiptir. Turistik yatırımların artması bu sektörden önemli miktarlarda girdi kullanımına yol açacaktır. Turizm sektörünün gelişmesine paralel olarak karayolu, deniz ve hava limanlarının yapılması ve genişletilmesi, sanayi ve ticaret sektörünün de hammadde tedarik etme ve pazarlama sorunlarının çözümüne yardımcı olarak ulusal çıktıyı artıracaktır. Turizmin gelişmesi ile birlikte sanayi sektöründe ortaya çıkan hareketlenme bu sektördeki istihdam hacmini artıracaktır. Turizm sezonunda, özellikle tarıma dayalı sanayi kollarında üretim artışı olacaktır (Maviş, 2006).

Turizm, hizmetler sektörünün de gelişmesine neden olur. Hizmetler sektörü; günlük tüketimle ilgili, bazı küçük sanat dalları ile ilgili, lüks tüketime yönelik, sağlık ve güvenlikle ilgili, tatil ve turizme yönelik ve turizme dönük kamu hizmetleri ile ticari faaliyetleri kapsamaktadır. Turizm hareketleri neden olduğu harcama-gelir halkaları ile hizmet sektöründe yer alan faaliyetlerde niteliksel ve niceliksel gelişmelere yol açar. Özellikle ticaret, sanat ve hizmet işletmeleri, turizm harcamaları sayesinde uygun kapasiteye ulaşma, daha fazla ve kaliteli personel istihdam ederek ülkenin ekonomik

kalkınmasında ve sosyal gelişmesinde katkıda bulunurlar. Turizm endüstrisi, diğer sektörlerle kıyaslanamayacak kadar büyük ölçüde insan gücünü gerektirir. Diğer etkinlik alanlarında teknolojik gelişmeler koştur bir otomasyon kolayca gerçekleştirilebilse de, turizm endüstrisindeki mal ve hizmet üretimini yapan ve teknolojiyi kullanan esas faktör insan gücüdür. Bu nedenle, turizm endüstrisinin ihtiyaç duyduğu insan gücü nitelikli, alanında eğitim görmüş ve deneyimli bireylerden oluşur. Turizm diğer taraftan ticari faaliyetler ve alışveriş hacmini de etkiler. Bu faaliyetler aynı zamanda bölgesel turizme büyük katkılar sağlamaktadırlar. Ticaretin ve alışverişin güçlü turist çekici özelliğinden de yararlanmak gerekir.

### **1.3.2.3. Turizmin Alt ve Üst Yapıya Etkisi**

Turistik talebi karşılamaya hazır hale gelebilmenin temel şartı; altyapı, ulaştırma ve bir takım yerel hizmetler bakımından hazır olabilmektir. Bu sebeple, gelişmekte olan ülkeler bakımından altyapının yeterli hale gelmesiyle turizmin gelişmesi arasında çok sıkı bir ilişki bulunmaktadır. Bir ülkede ya da bölgede turizmin gelişmesi ile birlikte, altyapı olanaklarında da düzelmeler görülür. Altyapısı belirli bir düzeye ulaşmamış bölgelerin turistik açıdan gelişmesi mümkün değildir (Selçuk, 2015).

Altyapı yatırımlar devletin sosyal fonksiyonları içerisinde ele alınmakta ve görünmeyen hizmetler olarak, hem halkın yararlanması hem de ekonominin geliştirilmesi amacıyla gerçekleştirilmektedir. Genelde altyapı yatırımları devlet üstyapı yatırımları özel sektör tarafından gerçekleştirilir. Fakat bu genel kabulün istisnalarını da görmek mümkündür. Devletin altyapı yatırımlarını özel sektöre bıraktığı ve onları finanse ettiği uygulamalara da rastlanmaktadır. Turizm endüstrisinin, turizme girdi veren endüstrilerin ve turistik mal ve hizmet üreten faaliyet dallarının gelişmesi gelir

etkisi yaratacağından, altyapının gelişmesini hızlandırır. Yollar, enerji üniteleri, haberleşme ağı ve benzeri kamu hizmetleri gelişir. Harcama gücünün artması özel sektörü canlandırır. Bu şekilde altyapı bir yandan turizmin gelişmesini etkilerken, gelişmeye başlayan turizmde altyapının niteliğini ve niceliğini artırır.

Turistik üst yapı denilince akla turistik tesisler gelmektedir. Bu tesisler turistlerin barınması, beslenmesi ve eğlenmesi için vardır. Turistik üstyapı birincil ve ikincil üstyapı şeklinde incelenmektedir. Konaklama, yeme-içme ve eğlenceye yönelik tesisler (otel, motel, pansiyon, oberj, kamping, restoranlar, eğlence ve alışveriş merkezleri vb.) birincil üstyapıyı oluşturur. İkincil üstyapı ise; doğrudan turizm amaçlı olmamakla beraber, turistik üstyapı birimlerinin faaliyetlerini tamamlayan üstyapılardır. Ulaşım sistemi, bakım ve tamir istasyonları, jeo-ekonomik varlıklarla ilgili donanım, tarihi nitelikteki alanlarla ilgili üstyapı, boş zaman değerlendirmeye dönük donatım ve düzenlemeler ve sağlık, güvenlik ve günlük yaşamla ilgili üstyapılar turizm faaliyetlerini desteklerler. Bir bölgede turizm gelişince, önce o bölgedeki konaklama ihtiyacını karşılayabilecek birincil üstyapı elemanlarının sayısında bir artış görülür. Bunun ardından, bölgede turizmin gelişmesi ile birlikte, bölgenin turistik bir merkez haline gelmesiyle birlikte, turistin boş zamanını değerlendirebileceği ikincil üstyapı elemanlarında da gelişme görülür (İnan, 2008).

#### **1.3.2.4. Turizmin Bölgelerarası Dengeli Kalkınmaya Etkisi**

Günümüz dünyanın önemli ekonomik problemlerinden biri de bölgelerarası gelişmişlik farklarıdır. Bölgelerarası gelişmişlik farklarını en aza indirmek ancak ekonomik kalkınma ve sosyal gelişme ile mümkündür. Bölgelerarası dengesizliğin giderilmesi bakımından turizmle ilgili kanaat; tarım ve sanayi faaliyetleri yönünden

yeterli kaynak ve gelişme imkanlarına sahip olmamasına rağmen, zengin bir turizm potansiyeline sahip bölgelerin, planlı ve etkin bir turizm politikası uygulaması sonucunda turistik yönden kalkınmalarının ve dengeli şekilde gelişmelerinin mümkün olacaktır.

Herhangi bir bölgenin turizm bakımından gelişebilmesi ilk olarak, turizmden bağımsız unsurlar olarak ele alabileceğimiz, bölge ile ilgili doğal şartlara bağlıdır. Bölgenin konumu, arazi şekli, görünüş, bitki örtüsü ve ormanları, su kaynakları, iklimi, çeşitli değerler, olaylar ve mevcut altyapı söz konusu doğal şartlar içerisinde değerlendirilmektedir. Ayrıca, aynı şekilde bölgede turizme bağlı unsurlara da bakmak gerekmektedir. Kamunun turizme bağlı üretimleri, ulaştırma kuruluşları, konaklama birimleri, turizmle ilgili özel mallar ve hizmetler üreten ve pazarlayan kuruluşlar, pazarlama ve tanıtım kuruluşları ve turizmi destekleyen kuruluşlar turizme bağımlı unsurları meydana getirmektedir (Selçuk, 2015).

Günümüz ekonomilerinde turizm bölgesel gelişmişlik farklarının giderilmesinde oldukça etkin bir rol oynamaya başlamıştır. Turizmin özellikle harcama-gelir, altyapı-üstyapı halkası bölgede iktisadi refahın artması yönünde olumlu katkılar sağlayacaktır. Bölge kalkınması bakımından en önemli husus, mevcut envanteri sanayi ve diğer iktisadi faaliyet kollarının gelişmesine müsait olmayan bölgelerde, turizmi bir alternatif olarak kabul etmenin mümkün olup olmadığını araştırmak, şayet olumlu olabiliyorsa, bölgeye katkısının en yüksek olabileceği şekilde gelişmesini sağlamaktır.

## İKİNCİ BÖLÜM

### SAĞLIK TURİZMİ VE SAĞLIK TURİZMİ ÇEŞİTLERİ

Sağlık turizmi saç ekiminden, diş tedavisine, estetik ameliyatlardan, tüp bebeğe kadar sağlıklı ilgi seyahatleri içeren çok geniş bir yelpazeyi kapsamaktadır. İnsanlar sağlık turizmine sağlıklarına kavuşma amacıyla katılabildiği gibi sağlıklı yaşama durumlarını devam ettirme istekleri nedeniyle de katılabilmektedirler. Kültür ve Turizm Bakanlığı, sağlık turizmini kısaca tedavi amacıyla yapılan seyahatler olarak tanımlamaktadır. Sağlık turizmi, kişilerin zihinsel ve fiziksel olarak iyi olma hallerini devam ettirmeleri ya da kendilerini yenilemeleri ile medikal tedaviyi de içeren bir turizm türüdür.

Tanımlardan yola çıkarak kişileri sağlık turizmine yönelten temel motivasyonun kişisel sağlığı koruma arzusu ya da sağlığına kavuşma isteği olduğu söylenebilir. Kişiler genellikle sağlıkları ile ilgili ulaşmak istedikleri noktaya yaşadıkları çevrede ulaşamadıklarında yaşadıkları yerden belirli bir süreliğine uzaklaşarak, sürekli yaşadıkları yerler dışındaki yerlerde hem sağlıklarını koruyacak ya da geliştirecek hizmeti satın almak hem de burada konaklama başta olmak üzere diğer turistik işletmelerden yararlanmaktadırlar. Kişilerin sağlıklı olma durumlarını devam ettirme istekleri sağlık turizmi kapsamında Klimatizm (temiz havadan yararlanma), Termalizm (kaplıca), Üvalizm (meyve-sebze kür tedavisi) gibi çeşitli türlerinde doğmasına yol açmıştır (Akad, 2000, s. 18). Bunlara ek olarak daha çok tedavi ve cerrahi müdahale amaçlı seyahatleri içeren medikal turizm de son yıllarda sağlık turizminin önemli bir unsuru olarak turizm literatürüne girmiştir. Bu kavramların birleştikleri nokta insanların

sağlıklarına kavuşması ya da sağlıklarını korumasıdır. Bu nedenle tüm bu kavramlar sağlık turizmi kapsamına girmektedirler.

Düşük maliyetli sağlık hizmetleri, ulaşım sektörünün daha rahat ve daha ekonomik seyahat olanakları sunması, bilişim teknolojisindeki gelişmeler, sağlık sektöründeki hizmet standardının ve teknolojinin gelişmesi sağlık turizmi pazarının büyütürken aynı zamanda dünyada Hindistan, Küba, Kostarika, Tayland, Singapur, Kolombiya ve Filipinler gibi sağlık turizminin başını çektiği ülkelerin ve diğer pek çok ülkenin bu pazara girmeye çalıştığı görülmektedir. Kitle iletişim araçlarındaki gelişmeler, internet ve medyanın etkisiyle insanlar diğer ülkelerdeki kalitesi yüksek ve maliyeti düşük verilen sağlık hizmetleri ve alternatif fırsatlarla ilgili çok detaylı bilgiye kolayca ulaşabilmektedirler (Tengilimoğlu, 2013, s, 55).

Sağlık harcamalarının toplam tutarı 4 trilyon dolar civarındadır. Bir ülkenin sağlık açısından değerlendirilmesi sadece nüfus, hastalıkların tedavisi ya da karşılanan veya karşılanamayan sağlık ihtiyaçları ile değil, aynı zamanda sağlık hizmetleri, kurumları için harcanan para ile yapılmaktadır. ABD 285 milyon nüfusu ile dünyadaki tüm sağlık harcamalarının %35'ini kapsarken, Çin dünya nüfusunda en kalabalık ülke olmasına rağmen, sağlık harcamalarının %8ini kapsamaktadır. Sağlık harcamalarında ortaya çıkan bu eşitsizlik, düşük gelir düzeyine sahip ülkelerdeki, sağlık statüsü, gelir ve ücret düzeyinin düşük olması ile ilgilidir (Kostak, 2007).

Sağlık Turizmi, dünyada 100 milyar dolarlık bir hacimle önde gelen alternatif turizm çeşitlerinden biridir. Sağlık hizmetlerinin standartlarının gelişmesi, daha kaliteli ve düşük maliyetli alternatif sağlık hizmeti arayışları, sağlık turizmi seyahatlerini daha da artırmaktadır. Dünyada sağlık turizmi; medikal turizm, termal

turizm, yaşı bakımı ve engelli turizmi gibi alanlarda çeşitlere ayrılırken Türkiye’de sağlık turizmi uzun bir süre termal turizm ile sınırlı kalmıştır. Fakat son yıllarda Türkiye’de medikal turizm alanında önemli gelişmeler yaşanmaya başlamıştır. Sağlık için özel hastanelere başvuran yabancıların ülkelere göre dağılımına bakılırsa ilk sırayı yine AB ülkeleri almakta ve %41,8’lik bir yüzdeye sahip oldukları görülmektedir. Özellikle İngiltere, Almanya, Hollanda ve Belçika’da bekleyen hasta sayılarının yükselmesi, Türkiye’nin hem tatil hem de sağlık merkezi olma yönündeki önemini arttırmaktadır (Kostak, 2007).

Sağlık turizminin gerçekleştirilmesi sürecinde hastanın ilk anından son anına kadar her türlü faaliyetin eş zamanlı olarak yürütülmesi, pasaport, vize, uçak bileti ve nakil işlemlerinin düzenlenmesi gerekmektedir. Doktora ulaşılması, ameliyat tarihinin, hastanede geçirilecek günlerinin ve taburcu edilme hizmetlerinin onaylanması ve yürütülmesi için hastane ve tur operatörlerinin koordineli çalışmaları gerekmektedir.

Sağlık turizmine katılan turistler incelendiğinde bu turistler her yaş grubundan olabilmektedir. Termal turizm katılımcıları ise ülkemizde genellikle orta yaş grubundan olan turistlerdir. Genellikle orta ve üstü gelir düzeyine sahip olan sağlık turizmi katılımcılarını bu turizm türüne yönelten temel motivasyon sağlıklarını kavuşma yada sağlıklı olma durumlarını devam ettirmektir. Turistler genellikle detaylı bir ön araştırma yapmaktadırlar. Sağlık turizmi katılımcıları bu turizm türü sayesinde farklı bir yerde alacakları sağlık hizmeti ile sağlıklarına kavuşacakları ve rahatlayacakları inancındadırlar. Biz sağlık turizmini termal turizm, ileri yaş ve engelli turizmi ve medikal turizm olmak üzere üç ana başlıkta inceleyeceğiz. Bu üç başlıkta da kişilerin sağlıklarına kavuşma veya sağlıklı olma durumlarını devam ettirme ihtiyacı olsa da yöntemleri açısından farklılık göstermektedir.

## 2.1. TERMAL TURİZM

“Term” sözcüğü, Latince sıcak anlamına gelen thermos sözcüğünden gelmektedir. Romalılar zamanında “term” sözcüğü halk banyoları anlamında kullanılmıştır. Doğal sıcak sular için termal, suların sıcaklık özelliklerini belirtmek için termik, doğal sıcak su kaynaklarının incelenmesi ve sağlık amacıyla kullanılmak üzere düzenlenmesi için ise, termalizm sözcüğü kullanılmıştır (Fortune, 1978). Turizm Bakanlığı'nın 1993 yılında yayınlamış olduğu çalışmaya göre mineralize termal sular ile çamurların, kaynağın yöresindeki çevre ve iklim faktörleri ile birleştirilerek, insan sağlığına olumlu katkı sağlamak üzere, uzman hekim denetim ve programı kapsamında; fizik tedavi, rehabilitasyon, egzersiz, psikoterapi, diyet gibi destek tedavilerle koordineli kür uygulamaları için yapılan turizm hareketleri termal turizm olarak adlandırılmaktadır (Sağlık Turizmi ve Turizm Sağlığı, 1993, s. 13).

Doğal kaynaklar temelinde gelişme gösteren termal turizmin, doğal olarak belirli sıcaklıkta yeryüzüne çıkan ve yararlı mineralleri içeren şifalı su, çamur ve buharın bulunduğu yörelerde, o coğrafi çevreye özgü iklim şartlarında gerçekleşen bir turizm türüdür ve bugün sağlıklı yaşam ve insan sağlığına önem veren ülkelerin turizm yaklaşımlarında önemli bir yere sahip olan turizm türüdür (Erdoğan ve Aklanoğlu, 2008). Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın yapmış olduğu tanımlamaya göre, termal turizm; termomineral su banyosu, içme, inhalasyon, çamur banyosu gibi çeşitli yöntemlerle beraber iklim kürü, fizik tedavi, rehabilitasyon, egzersiz, psikoterapi, diyet gibi destek tedavilerinin birleştirilmesi ile yapılan kür (tedavi) uygulamaları yanı sıra termal suların eğlence ve rekreasyon amaçlı kullanımı ile meydana gelen turizm türüdür.

Termal tedavi, maden suları ile –gerek termal gerekse de içme- yapılan bir tedavi şekli olarak karşımıza çıkmakta, fakat her maden suyu bu tedavi şekli için

kullanılamamaktadır. Termal turizm kapsamında termal tedavide kullanılacak özellikteki maden sularını, oluşumlarına, kimyasal bileşenlerine, sıcaklıklarına, Ph ve sertlik derecelerine göre şu şekilde sıralanır (Aslan, 1995):

a) Oluşumlarına Göre:

- Juvenil Sular: Yer kabuğunun derinliklerinden yeryüzüne ilk kez çıkan ve genellikle sıcak olup, volkanik bölgelerde bulunurlar.
- Vadoz Sular: Yeryüzündeki suların, çatlaklar ve faylar aracılığı ile yer altına sızıp, ısınarak yeniden yeryüzüne çıkması ile oluşan sulardır.
- Karışıl Sular: Juvenil ve vadoz suların karışması ile oluşan sulardır.

b) Kimyasal Bileşenlerine Göre:

- Bir litresinde en az 1 gram erimiş mineral bulunan maden suları: Klorürlü sular, hidrokarbonatlı sular, karbonatlı sular, sülfatlı sular.
- Bir litresinde ender mineral eriyiklerini eşit veya daha üst düzeylerde içeren sular: Demir-çelikli sular, arsenikli sular, iyotlu sular, kükürtlü sular, radonlu sular.
- Bir litresinde 1gr karbondioksit gazı içeren karbondioksitli sular
- Bir litresinde 2000 Pico-Curi veya Eman Radon bulunan radonlu sular.

c) Sıcaklıklarına Göre:

- 50 C'den aşağı soğuk sular
- 50 C'den yukarı sıcak sular

d) Sertlik Derecelerine ve pH Değerlerine Göre:

- 0–10 Fr: Kaynak suları
- 11–22 Fr: Tatlı su
- 23–32 Fr: Sert su

— 33–54 Fr Çok sert su

— 55 + Fr Çok fazla sert su olarak gruplandırılmaktadır.

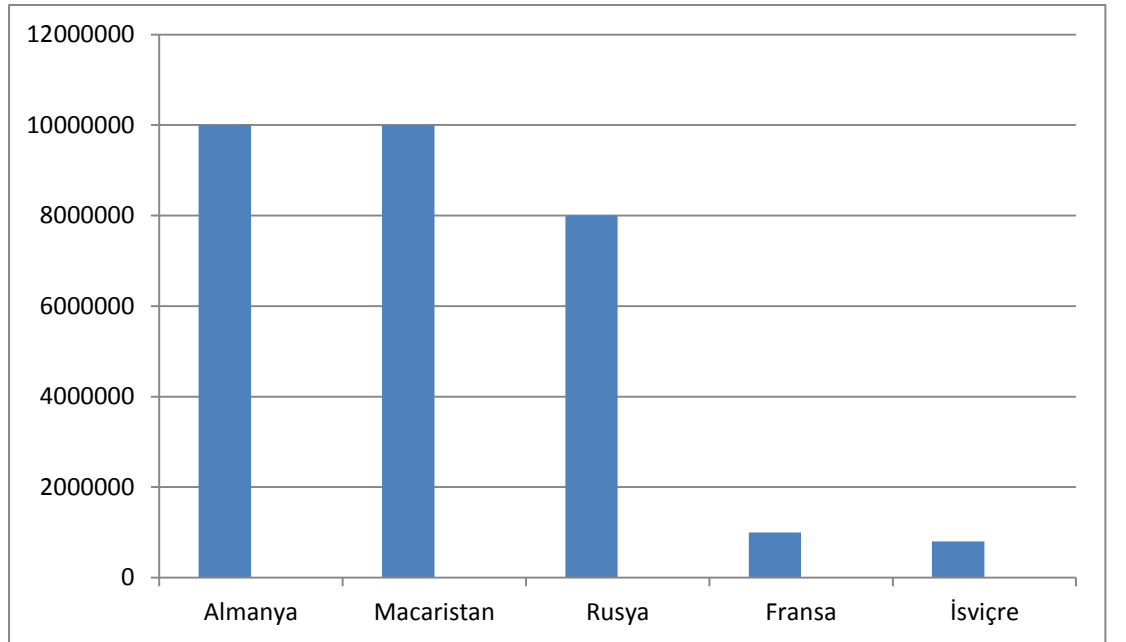
Termal turizm, termal su ile sadece her gün 2–3 defa banyo yapmak şeklinde algılanmamalıdır. Termal turizmin öncelikli amacı; termal suyu tıbben belirlenmiş endikasyon (şifa) özelliği ile uzman doktor denetiminde etkin ve uygun tedavinin yanında; dinlenme, rekreasyon, eğlence, spor gibi yararlanan bireyin sağlığını korumak, zinde kalmak amacıyla sağlıklı bir yaşam ortamı sunmaktır. Bu bağlamda termal su kullanacak termal tesisler ne bir hastane, ne bir klinik ne de bir hamam şeklinde düşünülmemelidir. Termal turizmi oluşturan ana unsurlar olan doğa güzelliği, güneş, temiz hava, uygun iklim ile birlikte termal suyun özelliklerinin doğru kullanımı sayesinde insan sağlığı ve turizm olgularını birleştirmektir. Bu bileşimde, arzın sağlanacağı tesisler şüphesiz oldukça önemlidir (Erdoğan ve Aklanoğlu, 2008).

Termallerin geçmişleri çok eskilere dayanmaktadır. 5. ve 6. yüzyıllarda savaş, afet vb nedenlerle yıkılan Roma termal tesisleri Türklerin Anadolu'yu fethi ile yeniden önem kazanmıştır. Selçuklular Anadolu'yu fethedince bu kaplıcaları onarmışlar, eski görünümüne sokmuşlardır. Osmanlı Döneminde kaplıcalar dünyada Türk Hamamı olarak tanınmaktaydı. Osmanlılarda ve özellikle Osmanlı İmparatorluğu'nun yükselme döneminde kaplıcalara ayrı bir önem gösterilmiştir. Cumhuriyet döneminde ise yine kaplıcalara önem verilmiş, özellikle Atatürk'ün emriyle Yalova ve Eskişehir' de bulunan kaplıcaların modernizasyonu sağlanmıştır. Ülkemizde bulunan kaplıcalar çok uzun yıllar sadece yerli turistlere hizmet vermiş, yabancı turistlerin ilgisini yine yapılan pazarlamalar sonucu yeni çekmeye başlamıştır.

### 2.1.1. Dünya’da Termal Turizm

Avrupa’da pek çok tedavi edici termal tesis bulunmaktadır. Almanya, Fransa, İsviçre, İtalya, Yunanistan, Rusya, Macaristan ve Çek Cumhuriyeti gibi ülkeler termal tedavide başta gelmektedirler. Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın 2009 yılı verilerine göre Almanya ve Macaristan yılda 100 milyon kadar termal turiste hizmet vermektedir. Bu sayı Rusya’da 8 milyon, Fransa’da 1 milyon ve İsviçre’de 800 bin civarındadır. Ülkemizde ise 40 derecenin üzerinde sıcaklığa sahip olan suların, diğer bir deyişle termal turizm kapsamında kullanılabilir alanların bir günde yaklaşık 8 milyon kişinin yararlanabileceği potansiyele sahip olduğu belirtilmektedir. Bu sayı Fransa’nın bir yıllık termal turist sayısı ile aynı ve İsviçre’nin bir yıllık termal turist sayısından fazladır. Fransa’da 104, İtalya’da 360 ve İspanya’da 128 adet termal tesis bulunmaktadır. Rusya’da ise bu sayı çok fazladır. Japonya’daki kaplıca sayısı 1500’dür ve 100 milyon geceleme kapasiteli tesisler bulunmaktadır.

**Grafik 2.1:** 2009 Yılı Ülkeleri Ziyaret Eden Termal Turist Sayısı



**Kaynak:** Kùltür ve Turizm Bakanlığı

Çek Cumhuriyeti gelişmiş termal tesislere sahip olan bir ÷lkedir. 60 adet tedaviye yönelik merkez bulunan Çek Cumhuriyeti yılda yaklaşık 500.000 kişiye hizmet vermektedir. Almanya’da 250’nin üzerinde resmi belgeli termal tesis bulunmaktadır. Bu merkezlerin yatak kapasitesi yaklaşık 750 bin civarındadır. Almanya’da bulunan termal tesisler kronik hastalıkların tedavisi ve rehabilitasyona ilişkin hizmet vermektedir. Fransa önemli hidromineral ve klimatik istasyonlara sahiptir. Aynı zamanda teknoloji, alet, yetişmiş eleman ve tıbbi uygulamalar açısından da Avrupa’nın önde gelen ÷lkelerinden biridir. Avusturya devlet gelirin’in yaklaşık üçte birini termal sulardan sağlamaktadır. Dolayısıyla termal alanlar halka gelir sağlama’sı açısından da önem taşımaktadır. Amerika Birleşik Devletleri’nin Arkansas eyaletinde 55bin kişilik termal tesis bulunmaktadır ve genellikle romatizmal hastalıklarla damar sertliği ve kronik hastalıkların tedavisi gerçekleştirilmektedir.

**2.1.2. Türkiye’de Termal Turizm**

Türkiye jeotermal kaynaklar açısından incelendiğinde dünyada yedinci, Avrupa’da ise birinci sırada yer almaktadır. ÷lkemizde bulunan yedi coğrafi bölgede de önemli termal kaynaklar bulunmakta olup bu kaynaklar sayıca en fazla Ege, Marmara ve İç Anadolu Bölgelerinde yer almaktadır. ÷lkemizde bulunan termal alanlar hem içerikleri hem de miktarı açısından son derece zengindir.

÷lkemizde termal turizmin gelişimi incelendiğinde, zengin bir tarihi geçmişi olan ve çeşitli uygarlıklara beşiklik etmiş Anadolu’da sıcak mineralli sulardan yaygın olarak yararlanıldığı gör÷lmektedir. Kaplıcalara ait efsaneleşmiş pek çok hikaye anlatılmaktadır. Su her zaman medeniyetlerin önemli bir göstergesi olmuştur. Romalılar ve Bizans döneminde özellikle Ege Bölgesi’nde yapılan kaplıcalardan temizlik,

dinleme, eğlenme ve tedavi amaçlı olarak yararlanılmıştır (Hierapolis, Pamukkale, Bergama Allianol, Güre Astyra vb.). Roma döneminde yapılan kaplıçalarda görev yapan tıp bilginlerinin tedavileri ve tedavilerinin ünü neredeyse tüm dünyaya yayılmıştır. Ortaçağda, Avrupa pisliklerden dolayı ortaya çıkan hastalıklarla boğuşurken Anadolu'da yaşayan insanların Roma geleneğinin de devam ettirerek etkin bir şekilde su ve temizlik, hamam, kaplıca kültürünü dünyaya yaydığı görülmektedir. Selçuklular ve Osmanlılar döneminde bu tesisler iyileştirilip korunmaya çalışılmış ve birçok yeni hamam yapılmıştır (Bursa, Yalova, Ayaş, Kızılcahamam). Osmanlılar imparatorluk sınırları dışında da kaplıca-hamam kültürünü yaymışlardır. Kaplıca-hamam geleneği ülkemizin bugüne kadar süregelen önemli bir kültürü olmuştur. Cumhuriyetin ilanından sonra Ulu Önder Atatürk'ün emriyle çağdaş kaplıca anlayışı ile yeni kaplıcalar yapılarak tıbbi araştırma ve eğitime başlanmıştır (Özbek, 2012).

Termal turizmi sayesinde; bölgelerarası gelişim, istihdam, on iki ay turizm, karlılık, katma değer ve ülke ekonomisine önemli katkı sağlanmaktadır. Son on beş yılda termal turizm ve kaplıca yatırımında önemli gelişmeler olmuştur. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü'ne göre günümüzde termal tesislerin yoğun olarak yer aldığı bölgeler ve iller şöyle özetlenebilir (Aydın, 2012):

Güney Marmara Termal Turizm Kentleri Bölgesi: Balıkesir, Bursa, Çanakkale, Yalova.

Doğu Marmara Termal Turizm Kentleri Bölgesi: Bilecik, Kocaeli.

Güney Ege Termal Turizm Kentleri Bölgesi: Aydın, Denizli, Manisa, İzmir.

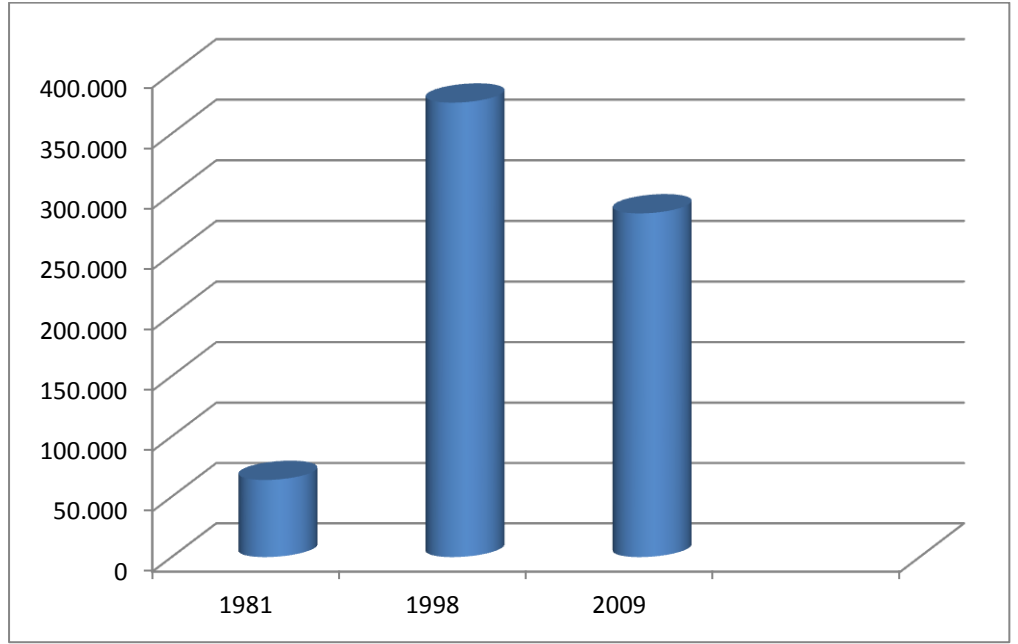
Frigya Bölgesi Termal Turizm Kentleri Bölgesi: Afyonkarahisar, Afyon, Uşak, Eskişehir, Kütahya.

Orta Anadolu Termal Turizm Kentleri Bölgesi: Aksaray, Kırşehir, Niğde, Yozgat, Nevşehir.

Kuzey Anadolu Termal Turizm Kentleri Bölgesi: Amasya, Sivas, Tokat, Erzincan.

Batı Karadeniz Termal Turizm Kentleri Bölgesi: Bolu, Düzce, Sakarya.

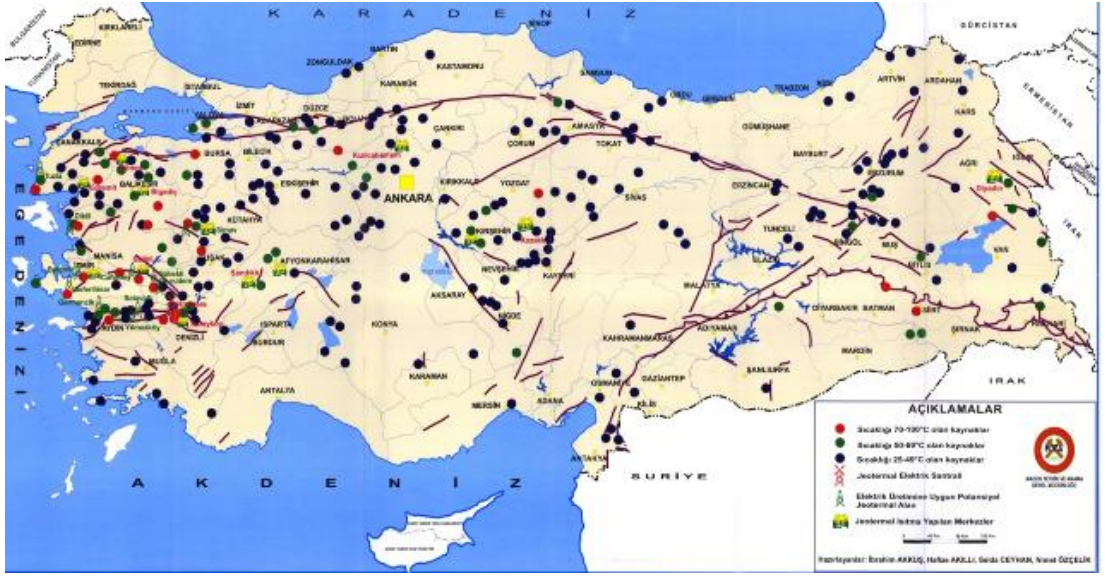
**Grafik 2.2:**Türkiye’de Termal Turizme Katılan Turist Sayıları



Türkiye’de termal turizmüne katılan turist sayısı 1981 yılında 63.999 kişi iken bu sayı 1998 yılında 375.606’ya yükselmiştir. 2009 yılında ise ülkemizde 284.250 kişi termal turizmden faydalanmıştır. Ancak Türkiye’de termal turizme katılmada coğrafi bölgeler arasında eşitsizlikler bulunmaktadır. 1999 verilerine göre termal turizme katılım oranı Marmara Bölgesi’nde %43,8, Ege Bölgesi’nde %26,6 iken Karadeniz

Bölgesi'nde bu oran %12,6 olarak gerçekleşmiştir (Doğaner, 2001). Sağlık Turizmi Derneği'ne göre Türkiye'de 1800'den fazla kaplıca bulunmakta fakat bunların sadece %6 yani 108 tane civarı turistik amaçlı kullanılmaktadır.

**Şekil 3.1.** Türkiye'deki Termal Kaynaklar



**Kaynak:** Kültür ve Turizm Bakanlığı-Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü

Ülkemizde termal turizme ilişkin gerekli mevzuat çalışmaları da yapılmakta olup 2001 yılında toprak, yer altı, deniz ve iklim kaynaklı doğal tedavi unsurlarının tedavi edici faktör olarak kullanıldığı kaplıcalar, içmece ve iklim kür merkezleri ile ilgili konular ve burada kurulacak sağlık amaçlı her türlü tesisin nitelik ve niceliklerinin belirlenmesi, kurulması, denetlenmesi ve sağlık koşullarına uygun biçimde kontrol altına alınması için gerekli esasların belirlenmesi amacıyla kaplıca yönetmeliği çıkarılmıştır. 2010 yılında kaplıcalar ile ilgili yönetmelikte değişiklik yapılarak suyun endikasyonuna göre tedaviye yönelik hizmet vermek isteyen kaplıca ve talassoterapi

tesisleri Sağlık Bakanlığı planlaması kapsamına göre izin almaları ve böylece tedaviye yönelik hizmet vermek istemeyen tesislerin doktor bulundurma zorunluluğu kaldırılmıştır (www.saglik.gov.tr).

Ülkemizde termal turizmine yönelik gerek yerli gerekse yabancı turistler tarafından yoğun ilgi olduğu ve bu ilginin her geçen gün arttığı görülmektedir. Bu noktada ülkemizde termal turizme önem verilmesi, termal turizmin profesyoneller tarafından bilinçli bir şekilde gerçekleştirilmesi, gerekli modern alt yapı ve üst yapı tesislerinin oluşturulması, termal suların doğru şekilde değerlendirilerek verimli şekilde kullanılması termal turizmin gelişimine kesinlikle olumlu katkı sağlayacaktır.

## **2.2. İLERİ YAŞ VE ENGELLİ TURİZMİ**

İleri yaş, büyüklü ve emeklilik sonrası aktif yaşam, doğumda beklenen yaşam süresinin uzaması, zaman esnekliği ve mali refahın artması ve gelişme potansiyelinin yüksek oluşundan dolayı çekici bir Pazar durumundadır. Son yıllarda dünyada hızlı artan yaşlı nüfus ve pek çok sosyal ve yasal düzenlemeler ile yaşam standartlarının yükseltilmeye çalışıldığı engelli grup, turizm sektörünün ilgi çeken bir bölümüm haline gelmiştir. Yaşlı ve engelli turizmi pazar ve hizmet özelliklerinin diğer gruplara göre farklılık göstermektedir.

Dünya Turizm Örgütü (WTO) dinlenme hakkının insan mutluluğu için gerekli temel bir insan hakkı olduğu ve turizmin insan sağlığına hizmet eden temel bir gereksinim olduğunu öngörmektedir. WTO, 13. Geleneksel Kurul Toplantısı sonucunda belirlenen Turizmde Global Etik İlkeler kapsamında, “Turizm faaliyeti insan haklarının, özellikle de çocuk, yaşlı, engelli, etnik azınlıklar gibi daha savunmasız grupların

bireysel haklarının gelişmesine katkı sağlamalıdır” ve turizme katılma hakkı çerçevesinde “dünyanın sahip olduğu değerler tüm insanlara açıktır” denilmektedir.

Genel olarak turizmin iki şartının bulunduğu söylenir; para ve boş zaman. Araştırmalara göre, yaşlıların büyük çoğunluğu bu iki koşula sahip durumdadırlar. Bunun yanında ileri yaş turizminin yaşlanma ile ilgili girişimlerle beraber daha hızlı gelişeceği görülmektedir. Aile yapılarının değişmesi, ekonomik gelirlerinin yükselmesi ve boş zamanlarının çok olması gibi yaşlı nüfusa özel olguların dikkat çekmesiyle birlikte ileri yaş pazarı oluşmuş ve önem kazanmaya başlamıştır. İleri yaş grubu, sahip oldukları Pazar ve büyüme potansiyelleri açısından oldukça önemli bir gruptur.

Ülkemizde olduğu gibi dünya dilerinde de engelliliği karşılayan başka kavramlar vardır. WTO'nun tanımlarına göre: özürlülük fonksiyonel bir hasar, sakatlık normal aktiviteler de kısıtlılık, engellilik ise sosyal dezavantajdır (Şahin, 2004, s. 23). Birçok engel türleri bulunmaktadır ana olarak beş gruba ayırabiliriz: Ortopedik engeller, işitme/konuşma engelleri, görme engelleri, zihinsel engeller, ruh hastalıkları ya da hastalıklar.

Türkiye destinasyon ülkesi olarak Avrupa'ya mesafe bakımından yakın bir ülke konumundadır ve bu yakınlık Avrupa'daki ülkelere ileri yaş turizminden yararlanma konusunda bir avantajdır. Diğer taraftan Türkiye'nin iklimi yaşlı ve emekliler için çok müsait bir özellik sunmaktadır. Özellikle ilkbahar ve sonbahar aylarında da Akdeniz ve Ege kıyılarında denizden yararlanmak mümkündür. Ayrıca engelli turistler için de yapılan bir araştırmada, Marmaris'teki otel işletmelerinin çoğunluğunun az sayıda da olsa bedensel engelli müşterilere hizmet verdiği tespit edilmiştir (Atak, 2008).

### 2.3. MEDİKAL TURİZM

Medikal turizm ya da tıbbi turizm, insanların kendi ülkelerindeki yüksek tedavi giderleri nedeniyle yabancı ve genelde uzak ülkelere giderek bu ülkelerdeki düşük tedavi giderleri nedeni ile tıbbi tedavi ya da operasyonları bu ülkelerde gerçekleştirmeleri ile ortaya çıkan turizm hareketleri olarak tanımlanmaktadır (İçöz, 2009). Medikal turizm insanların uzun mesafedeki ülkelere, tıbbi bir tedavi alabilmek için seyahat etmesini (belki bunun yanı sıra bir de tatil yapmasını) ifade eden bir kavramdır (Aydın vd, 2011).

Ülkemiz gerek üniversitelerde sağlık bilimleri konusunda verilen kaliteli eğitim ile yapılan bilimsel çalışmalar gerekse kamu ve özel sektörde bulunan nitelikli sağlık kuruluşları ile son yıllarda medikal turizm açısından öne çıkan ülkelerden biri konumundadır. Özellikle son birkaç yılda dünya genelinde nadiren yapılan ameliyatlarda ülkemizde de gerçekleştirilebilir hale gelmiştir. Medikal turizme tıbbi turizm, tıp turizmi veya tedavi turizmi gibi isimler de verilmektedir. Tanımlardan yola çıkarak medikal turizmin insanların sağlıklarına kavuşmak ve/veya sağlıkları ile ilgili istedikleri noktaya gelmek amacıyla sürekli yaşadıkları yerden en fazla bir yıl süreyle uzaklaşarak kendi yaşadıkları yerde çeşitli nedenlerle ulaşamadıkları tıbbi tedaviyi elde edebilmek amacıyla gerçekleştirdikleri seyahatler oldukları söylenebilir.

İnsanları medikal turizme yönelten en önemli faktörler uzun bekleme listeleri ve yükselen maliyetler, hizmetlerdeki kalite problemleri, sosyal ve dini nedenlerdir. Bu durumun farkında olan ve gerek yetişmiş, deneyimli ve bilgili personele sahip gerekse medikal turizme hizmet edebilecek sağlık kurum ve kuruluşları ile turistik işletmelere sahip olan ülkeler medikal turizmden pay elde edebilmek için çaba sarf etmektedirler. Medikal turizm henüz başlangıç aşamasında olmasına rağmen büyüme ve gelişme

yolunda ciddi bir potansiyele sahiptir. 1990'lı yıllardan sonra birçok ülkede medikal turizm amaçlı gelen yabancı turist sayılarında bir artış gözlenmektedir. Birçok insan en ileri teknoloji, özel bir hemşire ve ayrı bir banyosu olan teknik donanımlı odalar, kısa bekleme süreleri ve ucuz tıbbi prosedürlerin avantajı nedeniyle tedavi amaçlı başka ülkelere gitmektedirler.

Sağlık endüstrisi alanında 2010 Temmuz ayında yapılan bir çalışmaya göre hastaların yurt dışında sağlık hizmetleri almalarının dört önemli sebebi şöyle sıralanmaktadır:

- ✓ Tedavinin kendi ülkelerinde daha pahalı olması,
- ✓ Ülkelerinde tedaviye erişmenin zor olması ( uzun bekleme listeleri gibi)
- ✓ Ülkelerindekinden daha kaliteli hizmet arayışı,
- ✓ Yaşadıkları ülkenin gerekli tedavi/bakım imkanının olmaması.

Aynı çalışmada iyi bir medikal turizm seçeneğinin en önemli üç özelliği şöyle sıralanmaktadır:

- ✓ Hizmet standardı ve kalitesi,
- ✓ Hizmet verene erişebilme,
- ✓ Teknoloji, tesisler ve uzmanlaşma (Jagyasi,2010).

### **2.3.1. Dünya'da Medikal Turizm**

Medikal turizmin ana bölgesi Asya'dır. Tayland 1970'lerde cinsiyet değiştirme konusunda isim yapmıştır ve sonrasında estetik operasyonlar konusunda da uzmanlaşmaya başlamıştır. Malezya bu gruba ekonomik krizden sonra, Tayland'da yerli hastalar tedavi masraflarını ödeyemez duruma geldiklerinde 1998 yılında katılmıştır. Singapur, daha sonraları girdiği bu pazarda Tayland ve Malezya ile rekabet edebilmek



turistlerin aldıkları tedaviler ağırlıklı olarak kalp ve nörolojik hastalıklar, kanser, çocuk hastalıkları ve organ nakline yöneliktir .

Polonya: Polonya Avrupa Birliği üyesi bir ülke olarak özellikle Avrupalı hastalara yönelik medikal turizm hizmeti vermektedir. Polonya özellikle diş ile ilgili tedavilerde ön plana çıkmaktadır.

Malezya: 2000’li yıllarda medikal turizm faaliyetlerine başlayan Malezya İslami yapısı nedeniyle özellikle Birleşik Arap Emirlikleri, Kuveyt, Bahreyn, Bangladeş gibi ülkeler tarafından tercih edilmektedir. Malezya oldukça uygun fiyatlara medikal hizmet vermektedir.

Karayıpler: Karayıpler’de yurt dışından gelen hastalara sunulan hizmetler plastik cerrahi ameliyatları, kardiyoloji, göz ameliyatları, kanser tedavileri, diyaliz ve yaşlı bakım programlarıdır. Karayıpler’in etkileyici iklimi ve doğası, iyi eğitilmiş doktorları, güvenilir iletişim sistemi, kolay ve iyi ulaşım imkanları, kaliteli otelleri ve gelişmiş ülkelere göre düşük işçi maliyeti ile medikal turizm konusunda ilerlemek için pek çok sebebe sahip olduğu düşünülmektedir (Gonzales ve Brenzel, 2001).

Singapur: Singapur’a her yıl binlerce turist tedavi amaçlı gitmektedirler. Hastalar, Birleşik Arap Emirlikleri, Suudi Arabistan, Yemen, Umman, Katar gibi ülkelere gelmektedir. Singapur, Orta Doğu ülkelerinde yer alan medikal turistleri de kendisine çekebilmek için çeşitli tanıtım ve reklam faaliyetleri yapmaktadır.

Tayland: Tayland coğrafi konumu gereği Asya’nın medikal turizm merkezi olarak adlandırılmaktadır. Ülkede ağırlıklı olarak enfeksiyon hastalıkları ile tedavileri, kalp ameliyatları, plastik cerrahi, diş tedavileri ve göz ameliyatları yapılmaktadır.

Kostarika: Kostarika, özellikle organ nakli, diş tedavileri ve plastik cerrahi ameliyatları için de tercih edilmektedir. Check-up, diş tedavisi ve güzel bir tatili içeren paket turlar diğer ülkelerdekini üçte biri fiyatına sunulduğundan, medikal turizm amaçlı daha çok hastanın ülkeye gelmesi için çalışmalar yapılmaktadır (Connell, 2006).

İran: İslamiyet dinin hakim olduğu İran, Müslümanlar tarafından göz hastalıkları, saç ekimi, kısırlık tedavisi gibi hastalıkların tedavisi için tercih edilmektedir. Ayrıca sağlık hizmetleri için harcanacak olan para Avrupa ülkelerinin üçte biri kadar olması da İran'ı medikal turizm açısından önemli merkezlerden biri haline getirmektedir.

Lübnan: Ülke özellikle kardioloji alanında ilerlemiştir. Gelen hastalara tedavilerinin yanı sıra bir tatil paketi de sunulmaktadır.

Küba: Hastalar, Küba'ya genellikle göz rahatsızlıklarının, Parkinson hastalığının, uyuşturucu ve alkol bağımlılığının, nörolojik rahatsızlıkların ve beslenme bozukluklarının tedavisi için gitmektedir.

### **2.3.2. Türkiye'de Medikal Turizm**

Türkiye'de medikal turizm açısından hem hasta çekme hem de yatırım yapma konusunda son yıllarda en gözde ülkelerden biri konumundadır. Geçmiş yıllara nazaran son yıllarda ülkemizde özel ihtisas hastanelerinin (göz, diş, tüp bebek gibi) gittikçe arttığı ve uzmanlaşmaya daha fazla önem verdiği görülmektedir. Dolayısı ile her yıl pek çok sağlık turisti tarafından tedavi için tercih edilen ülkeler arasında yer almaktadır. Yine son yıllarda Körfez ülkelerinden Suudi Arabistan, Bahreyn, Kuveyt, Katar ve Dubai gibi ülkeler gerek hasta göndermek gerekse sağlık sektöründe yatırım yapmak için Türkiye'yi tercih etmektedir. Bu durumun en temel nedeni yatırım giderleri ile tıbbi

tedavi giderlerinin fiyatlarının uygun olmasıdır. Özellikle körfez ülkelerinden gelen bazı hastaların medikal turizm amaçlı seyahatlerinde ülkemizi tercih etmelerinin en önemli sebeplerinden biri de bazı ülkelerde yasak olan kimi cerrahi müdahalelerin ülkemizde yasal olmasıdır. Ülkemiz kanser tedavisi, diş tedavileri, tüp bebek denemeleri ve son yıllarda plastik cerrahi konularında Avrupa ülkelerinden çok daha başarılı uygulamalar yapmaktadır.

Günümüzde neredeyse tüm dünya ülkelerinden pek çok turist kanser tedavisi için ülkemize gelmektedirler. Kanser tedavisinde Türkiye'nin tercih edilmesindeki sebeplerin en başında Amerika'da çok yaygın olan "cyber knife (uzay neşteri)" teknolojisinin ülkemizde uygulanmasıdır. Dünya'da yalnızca beş ülkede uygulanan bu teknoloji sayesinde hastalar on günde tedavi edilebilmektedir. Her yıl bazı hastalıklara çare bulabilmek için binlerce turist ülkemize gelmektedir. Örneğin 2008'de 56.276 hasta tedavi amaçlı ülkemize gelirken, 2009 yılında 70.519, 2010 yılında 109.213 ve 2011 yılında ortalama 130.000'e ulaştığı bilinmektedir ( Aydın, 2012).

Ülkemiz medikal turizm açısından gelişmeye devam eden bir ülke konumundadır. Konuya ilişkin pek çok güçlü yanımız olmakla birlikte zayıf yönlerimizin olduğu da bilinmektedir. Ülkemizin medikal turizm konusundaki zayıf ve güçlü yönleri aşağıdaki gibi açıklanmaktadır (Tengilimoğlu vd, 2001):

#### Türkiye'nin Medikal Turizmde Güçlü Yönleri

- ✓ Türkiye'de verilen hizmetlere yönelik cihazlar pek çok ülkedeki mevcut durumla kıyaslandığında teknolojik olarak daha üstündür.
- ✓ Türkiye'deki sağlık hizmetleri diğer ülkelere kıyasla daha ucuzdur.

- ✓ Personel maliyetleri düşük olduğundan, sunulan hizmetlerin fiyatları göreceli olarak düşüktür.
- ✓ Türkiye'deki sağlık kuruluşlarında sunulan hizmetlerin değeri akreditasyon alınarak belgelenmiştir.
- ✓ Özellikle özel ve üniversite hastanelerinin yatak kapasiteleri, fiziki ve teknolojik alt yapıları ve hekim kaliteleri yeterlidir.
- ✓ Özel hastanelerde dil bilen personel sayısı oldukça yüksektir.
- ✓ Türkiye coğrafi olarak Asya ile Avrupa'nın ortasında yer almaktadır ve turistik açıdan cazip bir ülke konumundadır.
- ✓ Avrupa Birliği ülkeleri arasına giriş için süreç devam etmektedir ve Ab ülkelerinin, Türkiye'ye bakış açısı olumlu yönde değişmektedir.
- ✓ Medikal turizmi desteklemek için kaliteli otel sayısı fazladır.
- ✓ İklim güzeldir.
- ✓ Mevcut turizm potansiyeli oldukça yüksektir ve sağlık nedeniyle seyahat edilmesi giderek yaygınlaşmaktadır.
- ✓ Özel hastane sektörü gelişmektedir.

#### Türkiye'nin Medikal Turizmde Zayıf Yönleri

- ✓ Sağlık personelinin ve hastane yöneticilerinin Avrupa sağlık mevzuatı ve hasta hakları konusunda bilgileri yetersizdir.
- ✓ Özellikle kamu hastanelerinde yabancı dil bilen sağlık personelinin sayısı azdır.
- ✓ Tanıtım yetersizdir.
- ✓ Türkiye ile ilgili bazı ülkelerde olumsuz imaj vardır.
- ✓ Lojistik hizmetlerin koordinasyonu yetersizdir.

- ✓ Yurt dışı sigorta şirketleri ile koordinasyon zayıftır ve yabancı kamu sigortaları ile yapılan çalışmalar bazı kısıtlamaları gerektirmektedir.
- ✓ Türkiye'deki kamu hastanelerin çok azı akredite olmuştur.
- ✓ Pazarlama stratejilerine ve pazarlama araştırmalarına yeterince önem verilmemektedir.
- ✓ Fiyatlandırmada yanlış uygulamalar bulunmaktadır.
- ✓ Sağlık Bakanlığı'nın kamu hastanelerine ekonomik kriz nedeniyle sağlık mevzuatı kapsamında insan kaynaklarının artırılması ve teknolojik yatırımların kısıtlanmasına yönelik uygulamaları medikal turizmi olumsuz yönde etkilemektedir.
- ✓ Bakanlıklar ve sektörler arası koordinasyon yetersizdir (Tengilimoğlu vd, 2001).

Göz ameliyatları, diş ameliyatları, tüp bebek uygulamaları, estetik ve plastik operasyonlar ile kalp ve damar uluslararası kurum ve kuruluşlarda son derece başarılı ve deneyimli ekiplerce hizmet sunulan ülkemizin medikal turizm konusundan yukarıda da söz edildiği gibi pek çok üstün yanları bulunmaktadır. Ülkemiz bu üstün özellikleri kullanıp dezavantajları ortadan kaldırılarak her yıl milyonlarca turisti medikal turizm kapsamında ülkemize çekebilecek potansiyele sahiptir. Bu noktada ülkemizin öncelikle medikal turizme daha fazla önem vererek tanıtım çalışmaları yapması gerekmektedir.

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### MEDİKAL TURİZMİN EKONOMİK ÖNEMİ: ERZURUM'DA BİR

#### UYGULAMA

##### 3.1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Bu çalışmanın amacı, Erzurum'a medikal turizm için gelen bireylerin demografik özelliklerini belirlemek ve yaptıkları harcamaların demografik özelliklerine göre farklılıklar gösterip göstermediğini belirlemektir.

Medikal turizme katılan kişilerin yaş, eğitim durumu, cinsiyet, aylık gelir gibi özellikleriyle seyahat etme alışkanlıkları arasında farklılıklar olabileceği çalışmanın çıkış noktasını oluşturmuştur. Söz konusu bu özelliklerle medikal turizm için seyahat etme arasındaki ilişkinin ortaya çıkarılması medikal turizm boyunca yapılan harcamaların belirlenmesi yönünden önemlidir.

##### 3.2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Çalışmanın bu kısmında, araştırmanın örneklem süreci ve veri toplama tekniğiyle ilgili bilgilere yer verilmektedir. İlk olarak, araştırma sahasının neresi olduğu ve araştırmanın hangi gruba yönelik olarak gerçekleştirildiği açıklanmaktadır. Araştırma tekniği kısmında ise, hangi araştırma yönteminin ve tekniğinin kullanıldığından söz edilmektedir. Buna ek olarak, araştırma verilerini toplamak için kullanılan anketin nasıl oluşturulduğu ve hangi çalışmalardan yararlanılarak hazırlandığı da bu kısımda değinilecek olan bir diğer husustur.

### 3.2.1. Araştırmanın Örnekleme Süreci

Bilimsel araştırmalarda amaca uygun veriler kullanmak, bu veriler ışığında belirli bulgu ve sonuçlara ulaşmak ve bu sonuçları araştırma kapsamı içerisinde genelleymek temel hedeftir. Araştırma sonuçlarının genellendiği, araştırma kapsamı içerisinde yer alan ortak özelliklere sahip birimler bütünü evren –ana kütle, yığın, toplum- olarak tanımlanabilir (Ural ve Kılıç, 2006, s. 33). Bilimsel araştırmalarda evrenin tamamına ulaşmak çoğu zaman çok güç hatta bazen imkansız olması dolayısıyla evreni temsil ettiğine inanılan örneklem alma ve bu örnekler aracılığıyla genellemelere ulaşma yöntemi kullanılmaktadır.

Örneklemin tespitinde oransız eleman örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Oransız eleman örnekleme, evrendeki tüm elemanların birbirine eşit seçilme şansına sahip oldukları örnekleme türüdür. Buna, basit tesadüfi örnekleme, yalın örnekleme, yansız örnekleme gibi adlar da verilmektedir (Karasar, 1994).

Araştırmada ele alınan evrenin tamamına ulaşmanın zorluğu nedeniyle evreni temsil ettiğine inanılan örneklem alma ve bu sayede genellemelere ulaşma yöntemi kullanılmaktadır. Bu tez çalışmasının evrenini Erzurum’a medikal turizm çerçevesinde seyahate gelen kişiler oluşturmaktadır. Bu çalışmada 198 adet anketin tamamı uygulanıp, değerlendirilmiştir.

### 3.2.2. Veri Toplama Tekniği Ve Aracı

Çalışmada, nicel araştırma yöntemlerinden olan anket tekniği kullanılmıştır. Anket tekniği kullanmadaki temel amaç olabildiğince fazla katılımcıya ulaşmak olarak ifade edilebilir. Bu amaçla bir anket formu oluşturulmuştur. Anket formunda katılımcıların demografik özelliklerini belirleyebilmek için bu doğrultuda 7 adet,

katılanların seyahat özelliklerini belirleyebilmek için 5 adet, medikal turistlerin toplam harcamaları ve medikal turizm harcamaları ile ilgili 2 soru yöneltilmiştir. Ayrıca anket formunda, seyahate katılan kişilerin neden Erzurum’u seçtiğinin nedenleri ve tekrar ziyaret etme olasılıkları olmak üzere toplam 29 ifade yer almaktadır. Bu 29 ifade ise 5’li Likert ölçeği doğrultusunda “1: Kesinlikle Katılmıyorum, 2: Kısmen Katılmıyorum, 3: Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 4: Kısmen Katılıyorum, 5: Kesinlikle Katılıyorum” şeklinde derecelendirilmiştir.

Anket, söz konusu kişilerin tamamına uygulanmadan önce yaklaşık 20 turiste pilot uygulama gerçekleştirilmiştir. Bu pilot uygulama sonucunda anlaşılmayan herhangi bir soru bulunmaması sebebiyle anket formundan hiçbir soru çıkarılmamıştır.

Anket formunda yer alan ölçek Sumanth Gopala Reddy’nin çalışmasında kullanmış olduğu anketlerdeki soruların bazıları çıkarılarak oluşturulmuştur.

### **3.2.3. Verilerin Analizi**

Çalışmanın bu kısmında, katılımcılardan elde edilen kullanılabilir nitelikteki verilere yönelik yapılan istatistiksel analizler neticesinde ulaşılan bulgular sunulmuştur. Bu amaçla ilk olarak, katılımcıların profilini ortaya koyabilmek için tanımlayıcı istatistiksel analizler uygulanmıştır. Bir sonraki aşamada, seyahate özellikleri incelenmiştir. Daha sonra sorulara verilen cevapların frekanslarına bakılarak medikal turizm için yapılan harcamalar incelenmiştir. Verilerin analizi IBM SPSS Statistics 20.0 programı kullanılarak yapılmıştır.

### **3.3. DEMOGRAFİK BULGULAR**

Araştırmanın örnekleminin profilini ortaya koyabilmek için tanımlayıcı istatistik yapılmıştır. Elde edilen sonuçlar tablolarda gösterilmektedir.

**Tablo 3.1. Araştırmaya Katılan Medikal Turistlerin Cinsiyetleri**

Cinsiyet	N	%
Bay	131	66,2
Bayan	67	33,8
Toplam	198	100

Tablo 1’de görüldüğü üzere, örnekleme yer alan katılımcıların %66,2’si bay, %33,8’i bayan çalışanlardan oluşmaktadır. Tablo 2’de görüldüğü gibi katılımcıların %26,3 ortalama ile 39–45 yaş arası kişiler oluşturmaktadır. En düşük oran ise %0,5 ile 53–59 yaş arası kişilerdir.

**Tablo 3.2. Araştırmaya Katılan Medikal Turistlerin Yaşları**

Yaş	N	%
18–24	39	19,7
25–31	38	19,2
32–38	46	23,2
39–45	52	26,3
46–52	22	11,1
53–59	1	0,5

**Tablo 3.3. Araştırmaya Katılan Medikal Turistlerin Eğitim Durumu**

Eğitim Durumu	N	%
İlköğretim	37	18,7
Ortaöğretim	26	13,1
Lisans	104	52,5
Önlisans	22	11,1
Yüksek Lisans	9	4,5

Tablo 3’e bakıldığında ise %52,5 ile katılımcıların büyük çoğunluğu lisans mezunudur ve %4,5 oranla eğitim durumu yüksek lisans olan kişiler ise en düşük

bölümü oluşturmaktadır. Tablo 4’te görüldüğü üzere katılımcıların çoğu %45,4 oran ile aylık geliri 400- 1000 Euro olan kişilerden oluşmaktadır. En az grup ise 3001 – 4000 Euro arası gelire sahip olan kişilerdir ve %0,5 yüzdeye sahiptir.

**Tablo 3.4. Araştırmaya Katılan Medikal Turistlerin Aylık Gelirleri**

Aylık Gelir	N	%
400–1000	90	45,4
1001–2000	76	38,3
2001–3000	19	9,6
3001–4000	1	0,5
4001 ve üzeri	12	6,0

**Tablo 3.5. Araştırmaya Katılan Medikal Turistlerin Meslekleri**

Meslek	N	%
Öğrenci	32	16,2
Ev hanımı	2	1,0
Serbest meslek	24	12,1
Memur	24	12,1
Öğretmen	60	30,3
Uzman	15	7,6
Hizmet	18	9,1
Emekli	4	2,0
İşsiz	2	1,0
Diğer	17	8,6

Tablo 5’e bakıldığında ankete katılanların büyük çoğunluğunun mesleği %30,3 ile öğretmendir, dikkat çeken diğer iki meslek grubu ise %12,1 ile serbest meslek ve memur gruplarından oluşmaktadır. Tablo 6’ya bakıldığı zaman hemen hemen

katılımcıların tamamı yakını %95,5 yüzde ile 1- 10 gün arasında destinasyonda konaklamışlardır.

**Tablo 3.6. Araştırmaya Katılan Medikal Turistlerin Kaldıkları Süre**

<b>Kaç gün?</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
1-10	191	96,5
11-20	3	1,5
21 ve üzeri	4	2,0

Tablo 7’de görüldüğü üzere katılımcıların %37,4’ü Azerbaycan’dan gelmektedir. %36,4 ile Nahcivan’dan gelen medikal turistler Azerbaycan’ı takip ederken, %26,3 ile Türkmenistan ve Gürcistan’dan gelen turistler son iki grubu oluşturmaktadırlar.

**Tablo 3.7. Araştırmaya Katılan Medikal Turistlerin Ülkeleri**

<b>Ülke</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Türkmenistan	22	11,1
Nahcivan	72	36,4
Azerbaycan	74	37,4
Gürcistan	30	15,1

### **Seyahat Özellikleri**

Tablo 8’de görüldüğü üzere katılımcıların %29,8’i Erzurum’a altı kere ve daha fazla gelmişlerdir. Bu grubu ise %21,2 ile ilk kez gelenler takip etmektedirler.

**Tablo 3.8. Araştırmaya Katılan Medikal Turistlerin Destinasyona Kaç Kez Geldikleri**

<b>Kaç kez</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
İlk kez	42	21,2
İki kez	28	14,1
Üç kez	38	19,2
Dört kez	2	1,0
Beş kez	29	14,6
Altı kereden fazla	59	29,8

Tablo 9'a bakıldığında ise katılımcıların %39,9'u Erzurum'a gelirken ailesi ya da akrabalarından en az birisi ile gelmiştir. Hemen bu grubu takip eden ise %34,8 ile yalnız gelen turistlerdir. En düşük oran ile arkadaşları ile gelen katılımcılar ise %3'lük bölümü oluşturmaktadırlar.

**Tablo 3.9. Araştırmaya Katılan Medikal Turistlerin Kiminle Geldikleri**

<b>Kiminle</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Yalnız	69	34,8
Aile/akrabalar	79	39,9
Arkadaşlar	6	3,0
Bekar arkadaşlar	10	5,1
İş arkadaşı	34	17,2

Tablo 10'a bakıldığı zaman en yüksek oran %71,2 diğer seçeneğidir yani kişilerin Erzurum'a gelmesi 4 saatten fazla zamanlarını almıştır. %12,6 ile 4 saatte Erzurum'a ulaşanlar ve %10,6 oran ile 2 saatte Erzurum'a ulaşanlar ilk grubu takip etmektedirler.

**Tablo 3.10. Araştırmaya Katılan Medikal Turistlerin Ne Kadar Sürede Geldikleri**

Ne kadar sürede	N	%
Bir saat	6	3,0
İki saat	21	10,6
Üç saat	5	2,5
Dört saat	25	12,6
Diğer	141	71,2

**Tablo 3.11. Araştırmaya Katılan Medikal Turistlerin Hangi Vasıta İle Geldikleri**

Araç	N	%
Uçak	65	32,8
Otobüs	92	46,5
Kendi arabam	41	20,7

Tablo 11’de görüldüğü üzere katılımcıların %46,5’i Erzurum’a otobüs kullanarak gelmişlerdir. %32,8 oranı ile uçakla gelen katılımcılar otobüsle gelenleri takip etmektedir. Katılımcıların %20,7’si ise destinasyona kendi arabası ile gelmişlerdir. Tablo 12’ye bakıldığında ankete katılan katılımcıların %37,4’ü arkadaşları aracılığı ile Erzurum’da medikal turizmi duymuşlardır. Arkadaşı %34,8 ile internet aracılığı ile duydum seçeneği takip etmektedir. En düşük oran olan %7,1’e tekabül eden katılımcılar ise Erzurum’da medikal turizminden gazete aracılığı ile haberdar olmuştur.

**Tablo 3.12. Araştırmaya Katılan Medikal Turistlerin Nasıl Duydukları**

Nasıl duydunuz?	N	%
Arkadaş	74	37,4
İnternet	69	34,8
Gazete	14	7,1
Reklam	21	10,6
Diğer	20	10,1

### Tekrar Gelme Olasılığı

Katılımcılara Erzurum’u tekrar seyahat etme eğilimleri sorulduğunda ise %32,8’i çok fazla seçeneğini işaretlemişlerdir. En düşük oran ise %10,1 ile tekrar gelme eğilimlerinde hiç seçeneğini işaretlemişler.

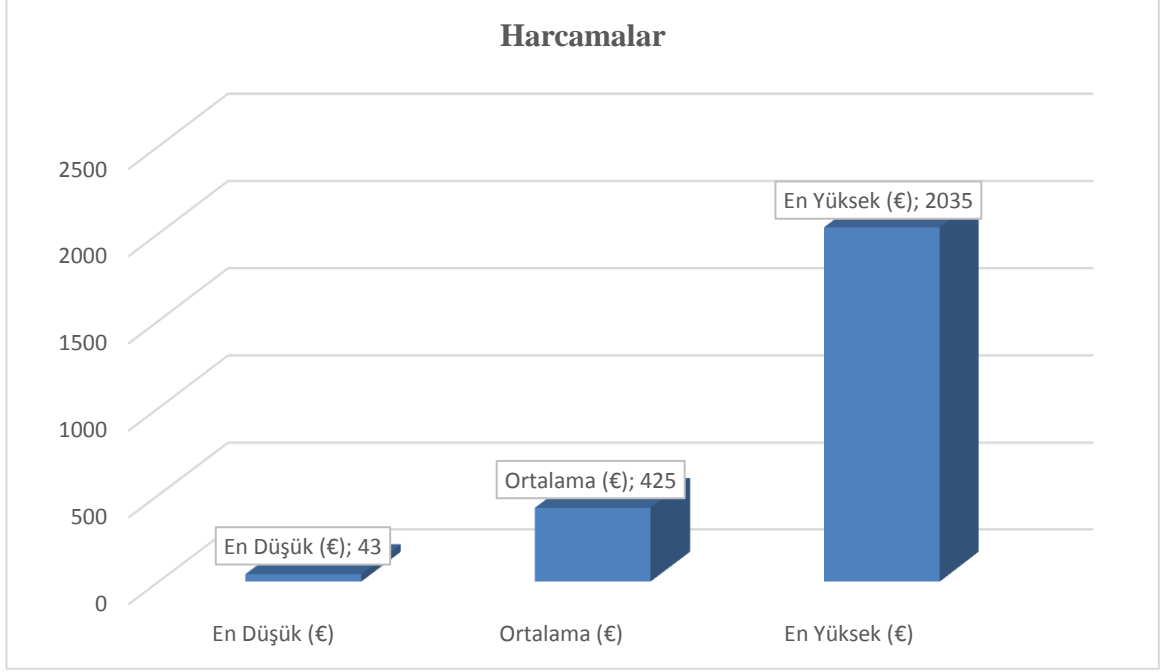
**Tablo 3.13. Araştırmaya Katılan Medikal Turistlerin Erzurum’a Tekrar Gelme Olasılığı**

Tekrar gelme	N	%
Hiç	20	10,1
Düşük	43	21,7
Az	47	23,7
Fazla	23	11,6
Çok fazla	65	32,8

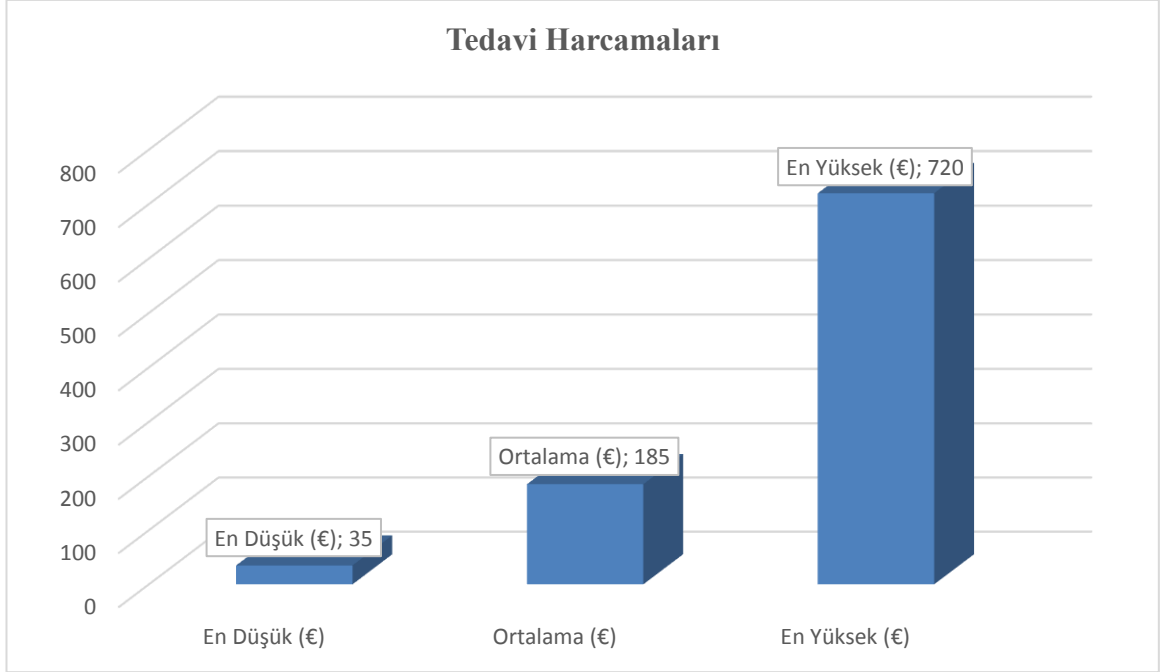
### Medikal Turizmin Ekonomik Etkileri

Grafik 3’te görüldüğü üzere Erzurum’da medikal turizme katılan ve anket katılımcılarının verdikleri cevaplara göre katılımcılardan bu seyahat için en fazla ücret harcayan €2035 harcamıştır. En düşük harcayan kişi ise €43 harcamıştır. Katılımcıların ortalamasına bakıldığında ise €425 harcandığı belirlenmiştir.

**Grafik 3.1:** Araştırmaya Katılan Medikal Turistlerin Seyahat İçin Yaptıkları Harcamalar



Grafik 4'e bakıldığı zaman ise katılımcılardan tedavi giderleri için en yüksek harcanan miktar €720'dur. Erzurum'a medikal turizm kapsamında gelen katılımcılardan en düşük harcayan katılımcı ise tedavi masrafı olarak €35 harcamıştır. Katılımcıların ortalama harcadığı miktara baktığımızda ise €185 olarak belirlenmiştir.

**Grafik 3.2:** Araştırmaya Katılan Medikal Turistlerin Yaptıkları Tedavi Harcamaları

### 3.4. GÜVENİRLİK ANALİZİ

Güvenilir ölçütlerin oluşturulması konusunda birçok teknik uygulanmaktadır. Yapılan araştırmaların büyük bölümü insanlardan bilgi toplamaya yönelik olduğu için sorulan sorularda onların cevap verebilecekleri nitelikte olmalıdır. Buradaki tehlike, insanların size güvenilir cevap verip veremeyecekleridir. Bu tehlikeyi en aza indirebilmek için de söz konusu çalışmada olumsuz ifadeler yer verilmiştir. Böylece araştırmanın güvenilirliğine gölge düşürecek durum giderilmeye çalışılmıştır.

Araştırmada kullanılan ölçeğin yapı geçerliliğini ve güvenilirliğini ortaya koyabilmek amacıyla söz konusu ölçeğin Cronbach's Alpha katsayı 0.750 olarak tespit edilmiştir.

**Tablo 3.14. Güvenirlik Analizi**

<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>N</b>
0,750	29

Yukarıdaki tablodaki Cronbach's Alpha değerinin 0.80'in üzerinde olduğu görülmektedir. Alpha'nın  $0,60 \leq \alpha \leq 0,80$  olması ölçeğin güvenilir olduğunu göstermektedir (Kalaycı, 2010).

### **3.5. FREKANS DAĞILIMLARI**

Medikal turistlerin medikal turizm ile ilgili sorulara verdikleri cevapları görmek için frekanslara bakılmıştır. Tablo 15'de görüldüğü üzere kişilerin çoğunluğu "Sağlık durumum/tedavi sürecim gelişmekte olan bir ülkeyi ziyaret etmem gerektiğini oldukça düşündürüyor". "Medikal turizm fikri bana oldukça güzel gelmektedir". "Gelişmekte olan ülkede tedavi görmek, kendi ülkemde tedavi görme sürecinden daha hızlıdır". "Kendi ülkemde olmayan tedavi yöntemlerini gelişmekte olan ülkede görebilme ihtimalim yüksektir". "Sağlık sorunum ilk ortaya çıktığı andan itibaren medikal turizm konusunda bilinçliyim". "Benim için tedavi sürecimin özel olması ve saklı kalması önemlidir". "Gelişmekte olan bir ülkede özel olan ve saklı kalan bir tedavi olmak mümkündür". "Boş zamanım olduğunda gelişmekte olan ülkeyi görme ve gezme fırsatım vardır". "Tedavimden sonra tedavi olduğum ülke sınırları içerisinde zaman geçirme fikri çekici gelmektedir". "Tedavim için harcayacağım para miktarı tedavim için en önemli etmendir". "Tedavi için yurtdışına çıktığımda o ülkede alışveriş yapabilmek benim için oldukça önemlidir". "Gelişmekte olan bir ülkede iyi eğitim görmüş ve yetenekli bir doktor bulmak mümkündür". "Tedavimin fiyatı benim için en

önemli etmemdir”. “Tedavim için gittiğim ülkenin alışveriş olanakları benim için önemlidir”. “Tedavimden sonra iyileşmek için o ülkede biraz tatil yapmak bana çekici gelmektedir” ifadelerine katıldıklarını belirtmişlerdir.

**Tablo 3.15. Medikal Turistlerin Medikal Turizm İle İlgili Sorulara Verdikleri Cevapların Dağılımları**

	1		2		3		4		5	
	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%
Sağlık durumum/tedavi sürecim gelişmekte olan bir ülkeyi ziyaret etmem gerektiğini oldukça düşündürüyor.	9	4,5	53	26,8	21	10,6	49	24,7	66	33,3
Tedavimin ücreti (eğer ülkede tedavi daha ucuz ise) gelişmekte olan bir ülkeyi ziyaret etmemde gayet etkilidir.	6	3,0	43	21,7	48	24,2	40	20,2	61	30,8
Medikal turizm fikri bana oldukça güzel gelmektedir.	13	6,6	11	5,6	40	20,2	87	43,9	47	23,7
Benim için para biriktirmek mümkündür.	13	6,6	14	7,1	46	23,2	48	24,2	77	38,9
Tedavi için gelişmekte olan bir ülkeyi ziyaret etmek aynı tedaviyi kendi ülkemde olmaktan daha ucuza gelmektedir.	17	8,6	18	9,1	81	40,9	50	25,3	32	16,2
Benim için tedavimin kısmen de olsa sigortam tarafından karşılanması oldukça iyidir.	-	-	28	14,1	46	23,2	62	31,3	62	31,3
Sigorta şirketim tedavi için gittiğim gelişmekte olan ülkedeki tedavi masraflarımı karşılar.	6	3,0	49	24,7	35	17,7	48	24,2	60	30,3
Ülkemde istediğim ya da ihtiyaç duyduğum zaman acil tedavi olabilme şansım yüksektir.	2	1,0	43	21,7	57	28,8	59	29,8	37	18,7
Gelişmekte olan ülkede tedavi görmek, kendi ülkemde tedavi görme sürecinden daha hızlıdır.	2	1,0	26	13,1	38	19,2	93	47,0	39	19,7
Kendi ülkemde olmayan tedavi yöntemlerini gelişmekte olan ülkede görebilme ihtimalim yüksektir.	2	1,0	26	13,1	26	13,1	104	52,5	40	20,2
Sağlık sorunum ilk ortaya çıktığı andan itibaren medikal turizm konusunda bilinçliyim	-	-	30	15,2	51	25,8	76	38,4	41	20,7
Benim için tedavi sürecimin özel olması ve saklı kalması önemlidir.	6	3,0	19	9,6	38	19,2	101	51,0	34	17,2
Gelişmekte olan bir ülkede özel olan ve saklı kalan bir tedavi olmak mümkündür.	5	2,5	12	6,1	53	26,8	101	51,0	27	13,6
Boş zamanım olduğunda gelişmekte olan ülkeyi görme ve gezme fırsatım vardır.	9	4,5	36	18,2	47	23,7	80	40,4	26	13,1
Hizmet aldığım sağlık kuruluşu bana uygundur.	18	9,1	21	10,6	28	14,1	66	33,3	65	32,8
Benim için önemli olan kişiler benim tedavi için gelişmekte olan bir ülkeyi ziyaret etmemi desteklemektedirler.	2	1,0	50	25,3	56	28,3	59	29,8	31	15,7
Tedavimden sonra tedavi olduğum ülke sınırları içerisinde zaman geçirme fikri çekici gelmektedir.	2	1,0	35	17,7	36	18,2	71	35,9	54	27,3

Tedavimin yanı sıra aynı ülkede tatil yapabilme fikri bana çekici gelmektedir.	3	1,5	31	15,7	50	25,3	43	21,7	71	35,9
Tedavim için harcayacağım para miktarı tedavim için en önemli etmendir.	16	8,1	20	10,1	41	20,7	79	36,9	42	21,2
Tedavi için yurtdışına çıktığımda o ülkede alışveriş yapabilmek benim için oldukça önemlidir.	15	7,6	12	6,1	45	22,7	94	47,5	32	16,2
Gelişmekte olan ülkeye tedavi için gittiğimde aynı zamanda orayı görme ve gezme fırsatım vardır.	12	6,1	15	7,6	71	35,9	73	36,9	27	13,6
Gelişmekte olan bir ülkede yüksek kalitede sağlık tesisi bulmak mümkündür.	5	2,5	38	19,2	29	14,6	50	25,3	76	38,4
Benim için iyi eğitim görmüş ve yetenekli bir doktora tedavi olmak önemlidir.	1	0,5	26	13,1	35	17,7	69	34,8	67	33,88
Gelişmekte olan bir ülkede iyi eğitim görmüş ve yetenekli bir doktor bulmak mümkündür.	3	1,5	28	14,1	27	13,6	90	45,5	50	25,3
Aile doktorumun tedavim için gelişmekte olan ülkeyi ziyaret etme tavsiyesi benim için önemlidir.	1	0,5	26	13,1	58	29,3	53	26,8	60	3,3
Tedavimin fiyatı benim için en önemli etmendir.	14	7,1	27	13,6	46	23,2	67	33,8	44	22,2
Tedavim için gittiğim ülkenin alışveriş olanakları benim için önemlidir.	11	5,6	35	17,7	43	21,7	62	31,3	47	23,7
Tedavimden sonra iyileşmek için o ülkede biraz tatil yapmak bana çekici gelmektedir.	8	4,0	33	16,7	46	23,2	65	32,8	46	23,2

## SONUÇ

Erzurum'a medikal turizm çerçevesinde gelen kişilerin medikal turizm düşüncelerinin ve yaptıkları harcamaların belirlenmesi amacıyla hazırlanan bu çalışma iki aşamalı olarak gerçekleştirilmiştir. Birinci aşamada, öncelikle literatür taranarak araştırma konusuyla ilgili ikincil verilerin analizi gerçekleştirilmiştir. Elde edilen bilgilere dayanılarak çalışmanın kuramsal çerçevesi oluşturulmuş ve araştırma konusuyla ilgili çalışmalar özetlenmiştir. Böylece çalışmanın ilk iki bölümü kaleme alınmıştır. İkinci aşamada ise, ilk aşamada elde edilen bulgular yardımıyla araştırma yapılmış, birincil verilerin analizi gerçekleştirilerek çalışmanın üçüncü bölümü oluşturulmuştur.

Çalışmanın birinci bölümünde turizmin ve turizm çeşitlerinin ayrı ayrı tanımları yapılarak, turizm çeşitlerinin tarihsel gelişimi ve turizm potansiyeli hakkında bilgi verilmiştir. Turizm çeşitlerinin Türkiye'deki durumundan bahsedilerek birinci bölüm sonlandırılmıştır. İkinci bölümde ise sağlık turizmi ve sağlık turizmi çeşitlerinin tanımları yapılmıştır. İlerleyen kısımlarda termal turizm, ileri yaş ve engelli turizmi hakkında bilgilere yer verilmiştir. İkinci bölümün sonunda medikal turizm ve dünyada ve Türkiye'de medikal turizmden bahsedilmiştir.

Birincil verilerin analizinin gerçekleştirildiği üçüncü bölümde; katılımcıların yaptıkları medikal turizm seyahati hakkında ne düşündükleri, sahip oldukları demografik özellikler ve seyahatin tümü için ve ya tedavi için ne kadar harcadıklarını belirleyebilmek için analizler uygulanmıştır. Bu analizler sonucunda, medikal turizm kapsamında Erzurum'a gelen turistlerin çoğunun %96,5 oranla 1-10 gün arasında konakladığı tespit edilmiştir.

Örnekleme seçilen medikal turistlerin cinsiyet dağılımlarına bakıldığı zaman %66,2'sinin erkek olduğu görülmektedir. Tıbbi tedavi için Erzurum'u tercih eden turistlerin %26,3 39–45 yaş aralığında buna en yakın olarak %23,2'sinin ise 32–38 yaş aralığında olduğu görülmektedir ki bu ankete katılan kişilerin neredeyse yarısının 32 ile 45 yaş aralığında olduğunu göstermektedir. En düşük oran ise %0,5 ile 53–59 yaş aralığındaki kişilerdir ve Erzurum'u bu yaş aralığında ki kişilerin tıbbi tedavi için pek tercih etmedikleri sonucu çıkmıştır.

Medikal turistlerin eğitim durumlarına bakıldığında ise Erzurum'u tıbbi tedavi için seçen kişilerin yarısından fazlasının %52,5 oranla lisans mezunu olduğu görülmektedir. Erzurum'a tıbbi tedavi için gelen kişilerin aylık gelirlerinin %83,7'sinin €400 ile €2000 arasında olduğu görülmektedir. Örnekleme seçilen medikal turistlerin %71,2'sinin Erzurum'a ulaşması 4 saatten fazla sürmüştür.

Medikal turistlerin Erzurum'daki tıbbi tedaviyi nasıl duydukları sorulduğunda ise 37,4'si arkadaşlarından 34,8'i ise internet ortamından duyduklarını belirtmişlerdir. Bu sonuçlarda bize Erzurum'u tercih eden turistlere internet ile ulaşmanın daha kolay olduğunu ve gelen medikal turistlere iyi hizmet vermenin çok önemli olduğunu ağızdan ağza reklam yoluyla gelen turistlerin oranlarından anlaşılmaktadır.

Erzurum'u ziyaret eden medikal turistlerin tekrar gelme olasılığı sorusuna bakıldığı zaman ise %32,8'inin tekrar gelme olasılığında cevap olarak çok yüksek cevabını verdiğini, %11,6'lık kısmının ise yüksek cevabı verdiğini görmekteyiz. Genel olarak bu cevaplara baktığımızda ise %44,4'ünün Erzurum'daki tıbbi tedaviden memnun oldukları sonucu çıkmaktadır.

Erzurum’u tercih eden turistlere internet ile ulaşmanın daha kolay olduğunu ve gelen medikal turistlere iyi hizmet vermenin çok önemli olduğunu ağızdan ağza reklam yoluyla gelen turistlerin oranlarından anlaşılmaktadır. Erzurum’a tıbbi tedavi için gelen turistlerin yarısı tekrar gelme potansiyeline sahiptir. Medikal turizm sonuçlardan da anlaşılacağı gibi yüksek gelir getiren bir turizm türüdür ve bu açıdan kış turizmine nazaran daha fazla önem verilmesi gerekmektedir.

Erzurum’a gelen turistlerin çoğu toplu taşıma araçlarını kullanmaktadır. Toplu taşıma araçlarına reklam verme ya da dünyada birçok medikal turizm destinasyonunda sunulan turistlere paket tur imkanı Erzurum’da da sunulmaya başlanmalıdır. Erzurum’u tercih eden medikal turistlerin yalnız gelmemesi ise turizm gelirlerinin artması açısından bir başka avantajdır. Erzurum’u gelen medikal turistlerin alışveriş yapmaları ve alışveriş olanaklarını da gözetmeleri bölge ekonomisi açısından önemlidir. Erzurum’a gelen medikal turistlerin tümünü Türk Cumhuriyetlerinden olmaları bu ülkelerde reklam faaliyetlerinin artırılması gerektiğini doğurmaktadır ve bu ülkelere en azından hafta da bir direkt uçak konulması kuşkusuz potansiyeli arttıracaktır.

Medikal turizm dünyada yeni gelişmekte olan ve insanların hem tıbbi tedavilerini olabileceği hem de arta kalan zamanlarda dinlenme, eğlenme amaçlı turizm işletmelerinden yararlanıp rekreasyon faaliyetlerine katılabilecekleri bir turizm türüdür. Medikal turizmin deniz-kum-güneş turizminin aksine belli bir zamanın olmaması yılın on iki ayında da turizm potansiyelini ülkemize çekebilmemiz açısından çok önemlidir. İnsanların tatil ihtiyaçlarını erteleyebilirken, sağlık ihtiyaçlarında aynı esnekliği göstermemeleri ise başka bir avantajdır. Ülkemizin hastanelerinin sahip olduğu araç gereçlerin Avrupa ile aynı zamanda sahip olması ise Türkiye’yi diğer medikal turizm

destinasyonlarından öne çıkarmaktadır. Medikal turizme saydığımız nedenlerden dolayı daha fazla ağırlık verilmesi gerekmektedir.

Yapılan alan araştırması, Erzurum'a medikal turizm kapsamında tıbbi tedavi için gelen turistleri kapsayan yerel çalışma niteliğindedir. Benzer araştırmalar farklı örneklem kitlelerine uygulanabilir.

## KAYNAKÇA

- Akad, Ö., *Pazarlama Ağırlıklı Turizm İşletmeciliği*, Motif Matbaa, Bursa 2000, 18.
- Albayrak, A., *Alternatif Turizm*, Detay Yayıncılık, Ankara 2013.
- Aslan, Z., *Termal Hizmetlerin Oluşturulmasında Termal Suyun Standartlarının Belirlenmesi*, Ekoloji Çevre Dergisi, Sayı:14, 1995, 40-42.
- Asstroof, T.M. and Abbey, R.J., *Convention Management and Service*, American Hotel and Motel Association, Michigan 1998, 39.
- Aydın, D., *Sağlık Hizmetleri*, Uluslararası Katılımlı Termal Sağlık Turizmi Kongresi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyon 2012.
- Aydın, D. ve Yılmaz, C., *Medikal Turizm Araştırması (Birinci Bölüm)*, Temel Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü, Ankara 2010.
- Aydın, D., Enginer, B., Aypek, N., Aktepe C., Şahbaz, R.P. ve Arslan S., *Türkiye’de Medikal Turizm*, Sağlık Bakanlığı Tedavi Hizmetleri Genel Müdürlüğü, Ankara 2011.
- Aydın, İ., *Açıklamalı Turizm Terimler Sözlüğü*, Aydın 1990, 27.
- Birkan, İ., *Turizm Endüstrisinin Kalkınmakta Olan Ülkelerin Ekonomileri Üzerindeki Etkileri*, Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi, Sayı:2, 1995.
- Bulut, E., *Türk Turizminin Dünyadaki Yeri ve Dış Ödemeler Bilançosuna Etkisi*, Ankara 2003.
- Clifford, H., *Downhill Slide: Wht the Corporate Ski Industry is Bad for Skiing, Ski Towns and the Enviroment*, Sierra Club Books, San Francisco 2002.
- Connell, J., *Medical Tourism: Sea, Sun, Sand and Surgery*, Australia 2006.
- Cook, A.R., Yale, J.L. and Marqua, J.J., *Tourism: The Business of Travel*, Prentice Hall, 1999, 127.
- Çağlayan, A., *Deniz Turizmi*, 3. İzmir İktisad Turizm Kongresi: 21. Yüzyıla Doğru Türkiye, Marina Yatırım İşletmecileri Derneği Çalışma Grupları Bildirileri, 1992, 256.
- Çetintaş, H., ve Bektaş, Ç., *Türkiye’de Turizm ve Ekonomik Büyüme arasındaki Kısa ve Uzun Dönemli İlişkiler*, Anatolia: Turizm Araştırma Dergisi, Cilt 19, Sayı 1, 2008.
- Demiroğlu, O. C., *Kış Turizmi*, Detay Yayıncılık, Ankara 2014.

- Denizcilik Terimleri Sözlüğü, Kruz Tanımı, <http://denizcilik.terimleri.com>, (Erişim Tarihi: 01.06.2015).
- Doğaner, S., *Türkiye'nin Dağlık Alanlarında Kış Turizmini Etkileyen Başlıca Coğrafi Etmenler*, Coğrafya Dergisi, 5:, 1997, 19-44.
- Doğaner, S., *Türkiye Turizm Coğrafyası*, Çantay Kitabevi, İstanbul 2001.
- Douglas, Norman, Douglas, N. ve Derret, R., *Special Interet Tourism*, John Wiley& Son Ltd, Australia 2001, 21.
- DPT Özel İhtisas Raporu, 2001, 251.
- Ege, Z.(1998), *Bir Rekreasyon Türü Olarak Av Turizmi ve Türkiye'de Av Turizminin Geliştirilmesi ile İlgili Bir Model Önerisi*, İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı, , 54.
- Erdem, B. ve Girgin G.K., *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi: Spor Turizmi*, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara 2008, 409-485.
- Erdoğan, E. ve Akınoğlu, F., *Termal Turizm ve Afyon-Gazlıgöl Örneği*, E-Journal of New World Sciences Acedemy, Vol.3, 2008, 83-92.
- Ersungur, S.M., *Erzurum Alt Bölgesi Girdi-Çıktı Analizi*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Erzurum 1996.
- Getz, D., and Brown, G., *Critical Success Factors For Wine Tourism Regions: A Demand Analysis*, Tourism Management, 2008, 146-158.
- Güleç, D., *Sağlık Turizmi Kapsamında Antiaging (Sağlıklı Yaşlanma) Uygulamalar ve Yaşlı Bakımı: Türkiye Değerlendirmesi*, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Hastane İşletmeciliği Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, Ankara 2011.
- İnan, B., *AB'de Serbest Dolaşım Hakkının Türkiye Turizmine Etkileri: Swot Analizi ile Bir İnceleme*, IV. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi Bildiri Kitabı, Antalya 2008.
- İçöz, O., *Sağlık Turizmi Kapsamında Medikal (Tıbbi) Turizm ve Türkiye'nin Olanakları*, Journal of Yasar University, 4-14, İzmir 2009.
- Jagyasi, P., *Medical Tourism Research & Survey Report*, 2010.
- Karaküçük, S., *Rekreasyon: Boş Zamanları Değerlendirme*, Gazi Kitabevi, Ankara 2008, 65.
- Karasar, N., *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. Araştırma Eğitim Danışmanlık Ltd., Ankara 1994 .

- Karasu, T., *Kongre Turizmi ve Türkiye*, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, Erciyes 1985, 10.
- Kim, S.S., Chun, H. and Petrick, F.M., *Positioning Analysis of Overseas Golf Tour Destinations bu Korean Gold Tourists*, Tourism Manegement, 2005, 905-917.
- Kostak, D., *Turizm Hareketleri (Türkiye Örneği Üzerinden Sağlık Turizmi)*, Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Marmara Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kozak, N., Kozak, A.M. ve Kozak M., *Genel Turizm İlkeler- Kavramlar*, Detay Yayıncılık, Ankara 2001, 174.
- Kozak, N., Kozak, A.M. ve Kozak, M., *Genel Turizm*, Detay Yayıncılık, Ankara 2012.
- Maviş, F. Ve Güçlü, H., *Turizm Gelişiminde Turizm Planlaması ve Destinasyon Planlamasının Önemi*, II. Ulusal Turizm Sempozyumu, Süleyman Demirel Üniversitesi, Eğirdir 2006.
- Mursalov, M., *Bir Turistik Ürün Çeşitlendirmesi Olarak Kış Turizmi ve Kış Turizmi Açısından Azerbaycan'ın Guba-Hacmaz Turizm Bölgesinin Arz Potansiyeli*, 9 Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı, İzmir 2009, 42.
- Narin, M., *Türk Turizmi Açısından Yat Limanlarının Yeri ve Önemi, Burhaniye/İskele Yat Limanı Örnek Çalışması*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, BAÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir 2000, 25.
- Northup, E.D. and Lavoie, H.K., *Geomicrobiology of Caves: A Review*, Geomicrobiology Journal, 2001, 200.
- Özbek, T., *Türkiye'de Termal Turizmin Gelişimi ve Uygulamaları*, I. Uluslararası Katılımlı Termal Sağlık Turizmi Kongresi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyon 2012.
- Özgüç, N., *Turizm Coğrafyası: Özellikler ve Bölgeler*, Çantay Kitabevi, İstanbul 2007.
- Pekin, F., *Çözüm: Kültür Turizmi*, İletişim Yayınları, İstanbul 2011, 348.
- Richard, G., *Tourism Attraction Systems Exploring Cultural Behavior*, Annals of Tourism Research, 2002, 1062.
- Ryan, C., *Tourism and Cultural Proximity: Examples from New Zeland*, Annals of Tourism Research, 2002, 953.
- , *Sağlık Turizmi ve Turizm Sağlığı*, Turizm Bakanlığı Yayınları, 1993.
- Şahin, G.G. ve Tuzlukaya, Ş., *Alternatif Turizm*, Siyasal Kitabevi, Ankara 2013.

- Şenol, F., *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi: Kamp ve Karavan Turizmi*, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara 2008, 481-489.
- Tengilimoğlu, D., Karakoç, G., *Alternatif Turizm*, Siyasal Kitabevi, Ankara 2013.
- Tunç, A. ve Saç, F., *Genel Turizm*, Detay Yayınevi, Ankara 1998, 31.
- Turizm Gazetesi, *Kurvaziyer Yolcuları Hakkında İstatistikler, Kurvaziyer Yolcuları İstatistikleri*, [www.turizmgazetesi.com/news/news.aspx?id=44954](http://www.turizmgazetesi.com/news/news.aspx?id=44954) (Erişim Tarihi: 30.05.2015)
- Türksoy, A. ve Yürük, E.Ö., *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi: Özel İlgi Turizmi*, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara 2008, 266.
- Ural, A. ve Kılıç, İ., *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS İle Veri Analizi*, Detay Yayıncılık, Ankara 2006.
- Usta, Ö., *Turizm- Genel ve Yapısal Yaklaşımı*, Detay Yayıncılık, Ankara 2008, 13.
- Ülker, İ., *Dağlarımız: Dağ Sporları ve Dağ Turizmi, Yüksek Dağlarımız ve Kayak Merkezleri*, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Ankara 2006.
- Ülker, İ., *Dağ Turizmi Planlama Yöntemleri: Yüksek Dağlarımız, Kayak Merkezlerimiz*, T.C. Turizm Bakanlığı Yayınlar, Ankara 1999, 12.
- World Tourism Organisation (WTO), *Tourism 2020 Vision- Executive Summary*, Madrid 1996, 4.
- [www.turkiyeavcileri.com](http://www.turkiyeavcileri.com), (Erişim Tarihi: 22.04.2015).

## EKLER

Ek.1: Anket Formu

### MEDİKAL TURİZM'İN EKONOMİK ÖNEMİ: ERZURUM'DA BİR UYGULAMA

Bu anket formu yüksek lisans tez çalışmasına veri toplamak amacıyla hazırlanmıştır. Lütfen aşağıdaki ifadelere ne ölçüde katıldığınızı sizin için uygun olan ifadenin karşısındaki kutucuğa işaretleme yaparak belirtiniz. Teşekkürler.

**Doç. Dr. Gökalg N. SELÇUK**  
Tez Danışmanı

**Arş.Gör. Serhat ÖĞE**  
Yüksek Lisans Öğrencisi

#### Bölüm I: Bu sorular seyahatinizin özellikleriyle ilgilidir.

1. Bu ziyaretiniz de dâhil Erzurum'u kaç kez ziyaret ettiniz?  
 1) İlk kez                      2) İki kez                      3) Üç kez  
 4) Dört kez                      5) Beş kez                      6) Altı kereden fazla
2. Kiminle geldiniz?  
 1) Yalnız                      2) Aile/akrabalar                      3) Arkadaşlar  
 4) Bekâr arkadaş                      5) İş arkadaşı                      6) Diğer (                      ) **Lütfen belirtiniz!**
3. Geldiğiniz yerden Erzurum'a ulaşmak ne kadar sürdü?  
 1) Bir saatten az                      2) Bir saat                      3) İki saat  
 4) Üç saat                      5) Dört saat                      6) .... saat **Lütfen belirtiniz!**
4. Erzurum'a nasıl geldiniz?  
 1) Uçak                      2) Otobüs                      3) Kendi Arabam
5. Erzurum'daki medikal tedaviyi nasıl duydunuz?  
 1) Arkadaş                      2) İnternet                      3) Gazete  
 4) Reklam                      5) Diğer (                      ) **Lütfen belirtiniz!**

#### Bölüm II: Demografik Özellikler

1. Cinsiyetiniz:  
 Bay ( ) Bayan ( )
2. Yaşınız:  
 18-24 ( ) 25-31 ( ) 32-38 ( ) 39-45 ( )  
 46-52 ( ) 53-59 ( ) 60 ve üzeri ( )
3. Eğitim Durumunuz:  
 İlköğretim ( ) Ortaöğretim ( ) Lisans ( )  
 Ön Lisans ( ) Yüksek Lisans ( ) Doktora ( )
4. Aylık Geliriniz:  
 (                      ) **Lütfen belirtiniz!**
5. Mesleğiniz:  
 Öğrenci ( ) Ev Hanımı ( ) Serbest Meslek ( ) Memur ( )  
 Öğretmen ( ) Uzman ( ) Hizmet Sektörü ( ) Emekli ( )  
 İşsiz ( ) Diğer (                      ) **Lütfen belirtiniz!**

6. Erzurum’da ne kadar kalmayı planlıyorsunuz?  
( ) **Lütfen belirtiniz!**

7. Hangi ülkeden geliyorsunuz? ( ) **Lütfen belirtiniz!**

### Bölüm III: Medikal Turistin Harcamaları

	Kendiniz	Diğer Kişiler
Pasaport ve vize işlemleri için	€	€
Yol Ücreti	€	€
Havaalanı giriş ve çıkış ücreti	€	€
Hotel ücreti	€	€
Yemek ve diğer küçük harcamalar	€	€
Ulaşım ücreti (Taksi, otobüs vb.)	€	€
Araba kiralama	€	€
Diğer Harcamalar	€	€
<b>Seyahat için harcanan Ara Toplam</b>	<b>€</b>	<b>€</b>

Tüm Tedavi ücreti	€
Hastane Odasının Fiyatı	€
Doktorun ücreti (ekstra ücret ödendiye)	€
Anestezi (ekstra ücret ödendiye)	€
Tahlil ücreti (ekstra ücret ödendiye)	€
Görüntülenme (MR, X-RAY vb.)	€
Diğer işlemler	€
Diğer Harcamalar	€
<b>Tedavi için harcanan Ara Toplam</b>	<b>€</b>

**Bölüm IV: Aşağıdaki sorular seyahat deneyiminiz, genel memnuniyetiniz ve yeniden ziyaret niyetinizle ilgilidir.**

_____ 1 _____ 2 _____ 3 _____ 4 _____ 5 _____				
Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum

1. Sağlık durumum/televi sürecim gelişmekte olan bir ülkeyi ziyaret etmem gerektiğini oldukça düşündürüyor.	1	2	3	4	5
2. Tedavimin ücreti (eğer ülkede tedavi daha ucuz ise) gelişmekte olan bir ülkeyi ziyaret etmemde gayet etkilidir.	1	2	3	4	5
3. Medikal turizm fikri bana oldukça güzel gelmektedir.	1	2	3	4	5
4. Benim için para biriktirmek mümkündür.	1	2	3	4	5
5. Tedavi için gelişmekte olan bir ülkeyi ziyaret etmek aynı tedaviyi kendi ülkemde olmaktan daha ucuza gelmektedir.	1	2	3	4	5
6. Benim için tedavimin kısmen de olsa sigortam tarafından karşılanması oldukça iyidir.	1	2	3	4	5
7. Sigorta şirketim tedavi için gittiğim gelişmekte olan ülkedeki tedavi masraflarımı karşılar.	1	2	3	4	5

8. Ülkemde istediğim ya da ihtiyaç duyduğum zaman acil tedavi olabileceğim şansım yüksektir.	1	2	3	4	5
9. Gelişmekte olan ülkede tedavi görmek, kendi ülkemde tedavi görme sürecinden daha hızlıdır.	1	2	3	4	5
10. Kendi ülkemde olmayan tedavi yöntemlerini gelişmekte olan ülkede görebilme ihtimalim yüksektir.	1	2	3	4	5
11. Sağlık sorunum ilk ortaya çıktığı andan itibaren medikal turizm konusunda bilinçliyim.	1	2	3	4	5

12. Benim için önemli olan kişiler benim tedavi için gelişmekte olan bir ülkeyi ziyaret etmemi desteklemektedirler.	1	2	3	4	5
13. Tedavimden sonra tedavi olduğum ülke sınırları içerisinde zaman geçirme fikri çekici gelmektedir.	1	2	3	4	5
14. Tedavimin yanı sıra aynı ülkede tatil yapabileceğim fikri bana çekici gelmektedir.	1	2	3	4	5
15. Tedavim için harcayacağım para miktarı tedavim için en önemli etmendir.	1	2	3	4	5
16. Tedavi için yurtdışına çıktığımda o ülkede alışveriş yapabilmek benim için oldukça önemlidir.	1	2	3	4	5
17. Benim için tedavi sürecimin özel olması ve saklı kalması önemlidir.	1	2	3	4	5
18. Gelişmekte olan bir ülkede özel olan ve saklı kalan bir tedavi olmak mümkündür.	1	2	3	4	5
19. Boş zamanım olduğunda gelişmekte olan ülkeyi görme ve gezme fırsatım vardır.	1	2	3	4	5
20. Hizmet aldığım sağlık kuruluşu bana uygundur.	1	2	3	4	5

21. Gelişmekte olan ülkeye tedavi için gittiğimde aynı zamanda orayı görme ve gezme fırsatım vardır.	1	2	3	4	5
22. Gelişmekte olan bir ülkede yüksek kalitede sağlık tesisi bulmak mümkündür.	1	2	3	4	5
23. Benim için iyi eğitim görmüş ve yetenekli bir doktora tedavi olmak önemlidir.	1	2	3	4	5
24. Gelişmekte olan bir ülkede iyi eğitim görmüş ve yetenekli bir doktor bulmak mümkündür.	1	2	3	4	5
25. Aile doktorumun tedavim için gelişmekte olan ülkeyi ziyaret etme tavsiyesi benim için önemlidir.	1	2	3	4	5
26. Tedavimin fiyatı benim için en önemli etmendir.	1	2	3	4	5
27. Tedavim için gittiğim ülkenin alışveriş olanakları benim için önemlidir.	1	2	3	4	5
28. Tedavimden sonra iyileşmek için o ülkede biraz tatil yapmak bana çekici gelmektedir.	1	2	3	4	5

29.Tekrar Erzurum'u ziyaret etme olasılığınız nedir?

Hiç					Çok fazla	
1	2	3	4	5		

**Katkılarınız için teşekkürler...**

## ÖZGEÇMİŞ

<b>Kişisel Bilgiler</b>	
Adı Soyadı	Serhat ÖĞE
Doğum Yeri ve Tarihi	Fethiye/ 21.02.1986
<b>Eğitim Durumu</b>	
Lisans Öğrenimi	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi- Turizm Rehberliği 2009– 2013
Bildiği Yabancı Diller	İngilizce
Bilimsel Faaliyetler	
<b>İş Deneyimi</b>	
<b>Çalıştığı Kurumlar</b>	Atatürk Üniversitesi Turizm Fakültesi 2013-
<b>İletişim</b>	
E-Posta Adresi	<a href="mailto:serhat.oge@atauni.edu.tr">serhat.oge@atauni.edu.tr</a>
<b>Tarih</b>	