

Afyonkarahisar İlinin Termal Turizm Açısından SWOT Analizi ile Değerlendirilmesi*

Mustafa SANDIKÇI**

Ünal ÖZGEN***

Özet

Turizm sektörü, ülkemizde ve dünyada hızla gelişen sektörler arasındadır. Turistik kaynaklara sahip destinasyonların rekabet edebilirliği sürdürülebilir politikalar çerçevesinde stratejik kararlar almalarına bağlıdır. Bu anlamda sektörün mevcut ve gelecekteki durumunun analizi önemli bir husustur. SWOT analizi bu amaca hizmet eden önemli bir tekniktir. Bu çalışmada temel amaç; Afyonkarahisar'ın termal turizminin katılımcı görüşleri doğrultusunda SWOT tekniği ile analiz edilmesidir. Bu doğrultuda Afyonkarahisar'da faaliyet gösteren turizm işletme belgeli termal tesislerde çalışan personel araştırma evreni olarak belirlenmiştir. Anket yöntemiyle toplanan verilerin analizinde frekans-yüzde dağılımları, aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri, gruplar arasında farkların ölçümü için "t-test" ve "Varyans Analizi" ve farklılıkların kaynağının tespitinde Duncan testi kullanılmıştır. Araştırmada toplanan verilerin analiz sonuçlarına göre, katılımcıların Afyonkarahisar ili termal turizmi SWOT analizine yönelik görüşleri yaş grupları bağlamında zayıf yönler faktörüne göre farklılık göstermektedir. Katılımcıların Afyonkarahisar ili termal turizmi SWOT analizine yönelik görüşleri çalışılan departmanlar bağlamında ise güçlü yönler, fırsatlar, tehditler faktörlerine göre farklılık göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Termal Turizm, SWOT Analizi, Destinasyon, Afyonkarahisar

*Bu makale Mustafa SANDIKCI tarafından yürütülen "Afyonkarahisar İlinin Termal Turizm Açısından SWOT Analizi ile Değerlendirilmesi" isimli yüksek lisans tezinden hazırlanmıştır.

** Yrd.Doç.Dr., Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Y.O.

*** Korel Thermal Resort Clinic&SPA Genel Müdür Yardımcısı

Evaluation of Afyonkarahisar Province By Means of SWOT Analysis from the Thermal Tourism Perspective

Abstract

The tourism sector is among the fast-growing sectors in our country and around the world. Competitiveness of the destinations that have the touristic resources depends on taking strategic decisions within the framework of sustainable policies. In this sense, analysis of the sector status in present and future is a significant consideration. SWOT analysis is an important technique that serves this purpose. The main purpose of this study is to analyze thermal tourism of Afyonkarahisar with SWOT technique in terms of participants' views. In this context, the staff working in thermal hotels licensed from Culture and Tourism Ministry is identified as research universe. In the analysis of the data collected through the survey method, the frequency-percentage distribution, mean and standard deviation values, "t-test" and "Analysis of Variance" for the measurement of the difference between the two groups and Duncan test for the determination of the source of the differences were used. According to the findings of analysis of the data collected in the study, the views of the participants about SWOT analysis of Afyonkarahisar thermal tourism vary according to age groups in weaknesses factor. The views of participants about SWOT analysis of Afyonkarahisar thermal tourism also vary according to departments in strengths, opportunities and threats factors.

Keywords: Thermal Tourism, SWOT Analysis, Destination, Afyonkarahisar

Giriş

Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde sanayileşme ve kentleşme sonucu ortaya çıkan çevre sorunları, insan sağlığını olumsuz etkileyen ve işgücü verimini azaltan bir yaşam ortamına neden olmuştur (Tunç ve Saç, 1998: 21). Bunun doğal bir sonucu olarak da sağlık unsuru insanları turizme yönelten sebeplerden birisi konumuna gelmiştir. Sağlık amaçlı turizm isteğinin kaynağı bazen kaybolan sağlığı tekrar kazanmak olabildiği gibi bazen de sağlığı uzun süre koruyabilmektir (Öztürk ve Yazıcıoğlu, 2002).

Sağlık turizmi, dünya turizm hareketlerine katılımda en eski motiflerden biri olarak değerlendirilmektedir (Avcıkurt ve Çeken, 1998: 29). Çok eski zamanlardan beri kullanılmakta olan termal kaynaklardan sağlık ve turizm amaçlı yararlanmalar, dünyada ve Türkiye’de zaman içerisinde önemli gelişmeler göstermiştir (Belkayalı, 2009: 9). Kaplıcalara yönelik arkeolojik kazılar termal suların yaklaşık 10000 yıldan fazla süredir kaplıca amaçlı tedavi olarak birçok topluluk tarafından kullanıldığını göstermektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2011). Kaplıca amaçlı kullanım ile tarihin değişik dönemlerinde birçok sağlık problemi şifalı sulardan faydalanılarak tedavi edilmiştir (Özdilek, 2000).

Termal suların kullanımına ilişkin bilgiler tarih öncesi çağlara kadar dayanmaktadır. Tarih öncesi çağlarda Afrika’da Mısır ve Madagaskar’da sıcak suların din ve sağlık amacıyla kullanıldığına dair bilgilere Tevrat’tan ulaşılmakta iken, Cermen ve Kentlerin kullandıkları St. Moritz’de M.Ö 200’li yıllara dayandırılan kaplıca yapıları bulunmuştur. Diğer yandan Hititler ve Frigler’e ait kaplıca kalıntıları Anadolu’da tarih öncesi dönemde sıcak suların tedavi amaçlı kullanıldığına bir kanıt niteliği taşımaktadır (Unutmaz, 1994; Akt: Külekçi, 2009). Arkeolojik kazılar, Hititler döneminde Ankara’nın Haymana, Bolu’nun Aşağı Babas, Kırşehir’in Karakurt ve Çiçekdağı’nın Bulamaçlı kaplıcaları, Eski Ege Medeniyetleri döneminde Manisa Sard ve Denizli Pamukkale Kaplıcaları, Frigler döneminde ise Afyon Gazlıgöl ve Sivrihisar Çardak kaplıcalarının kullanıldığı ortaya koymaktadır (Sandıkçı, 2008).

Termal sular ile ilgili bilimsel çalışmalar ele alındığında sıcak suların kullanılması ve tedavi etkisi konusunda ilk çalışmaların Yunanlılar tarafından yapıldığı görülmektedir. Yunan bilgini Herodot, kaplıca tedavisinin ana ilkelerinden bahsederken, Yunan Hekimi Hippokrates “De Natura Hominis” isimli kitabında doğal kaynaklarla tedavinin esasını açıklayan ilk bilim adamıdır (Bayer, 1997: 23).

Şifalı ve/veya sıcak sular geçmişte yalnızca tedavi amaçlı kullanılmayıp günümüzde olduğu gibi eğlence ve vakit geçirme amaçlı olarak da kullanılmıştır. Şifalı suların kullanım amacının çeşitlenmesi ile önemi giderek artmış ve kaplıcalar her dönem popüler olmaya başlamıştır. Ülker’e göre (1988: 64) kaplıcalara asıl önem Romalılar döneminde verilmiş ve şifalı suların üzerine kubbeli hamamlar yapılarak özellikle tedavi amaçlı kullanılmıştır. Termal su kaynaklarının bulunduğu yerlere onları simgeleyen heykeller ve tapınaklar yapan Romalılarda ve Yunanlılarda termal merkezlerin gelişiminde en önemli faktör dini inanışlardır. Romalılar

ise dini inanışların yanı sıra askeri ve sosyal amaçlı olarak termal merkezleri yoğun olarak kullanmışlardır. Nitekim termal suların sağlık ve zindelik etkisini bilen Romalılar askerlerini termal suların bol olduğu yerlerde konaklatmışlardır (Sandıkçı, 2008: 26).

Selçuklu ve Osmanlı döneminde de kaplıcaların yapımı ve tamiri de devam etmiştir. Nitekim günümüzde de önemini koruyan Kütahya-Yoncalı, Kırşehir-Karakurt ve Bursa-Çekirge kaplıcalarında Selçuklu ve Osmanlı dönemine ait hamamlar bulunmaktadır (Doğaner, 2001: 75).

1970 ve 1980'li yıllarda ise kaplıcalarda yaşlı insanlar kadar genç ziyaretçilerinde ağırlanması için Batı Avrupa Kaplıcalarında klasik tedavi yöntemlerinin yanı sıra sağlığın devamı, sağlığın daha iyi hale getirilmesi ve vücut zindeliğinin kazanılmasına yönelik yenilikler yapılmıştır. Bu yenilikler ile kaplıcalarda yeni ürünler sunulmaya başlanmış ve kaplıcalara yeni boyutlar ve farklı ölçütler kazandırılmıştır (Terzioğlu, 2009: 8)

Tedavi edici özelliği bulunan doğal, termal ve mineralli kaynakların araştırılması ve ziyareti batı toplumlarında uzun süredir rağbet görmektedir (Lee ve King, 2008: 342). Özellikle Avrupa kıtasında egemen olan bu gelenek çerçevesinde ve sosyal alandaki gelişimler ile birlikte XX. yüzyılın ilk çeyreğinden itibaren termal turizm faaliyetleri sürekli gelişim trendi içerisinde (Radnic, Gračan ve Fister, 2009: 74).

Son on yılda termal amaçlı turizm faaliyetlerinin önemi uluslararası turizm faaliyetleri içerisinde giderek artmış ve önemli bir segment durumuna gelmiştir (Georgiev ve Vasileva, 2010: 902). Ayrıca, son yıllarda termal turizm alanında dünyada oldukça önemli yatırımların gerçekleştirildiği bilinmektedir (Kozak, Kozak ve Kozak, 2008). Termal turizme yönelik yatırımların artışında termal turizmin bölgeye sağlamış olduğu faydaların etkisi büyüktür. Toy ve diğerleri (2010: 2) termal turizmin bir bölgedeki faydalarını aşağıdaki şekilde sıralamışlardır;

- Termal turizm dört mevsim turizme olanak sağlar.
- Termal turizm turistik tesislerde yüksek doluluk oranı teşkil eder.
- Termal turizm istihdamı artırır.
- Termal turizm diğer alternatif turizm türleri ile beraber rahatlıkla kullanılabilir ve turistik aktivitelerin çeşitlenmesini sağlar.
- Termal turizmde kür merkezi olanaklarına sahip tesisler maliyetlerini çabuk karşılar ve karlı işletmelerdir.

Türkiye'de termal turizm; Kültür ve Turizm Bakanlığı, ilgili turizm kuruluşları ve üniversitelerden tarafından turizm ürünü çeşitlendirmesi ve

mevsimselliğin azaltılması yönünde üzerinde çalışılan yeni bir konsept konumundadır (Dal, 2007: 21). Türkiye’de otel+kür merkezi+kür parkı şeklinde işletilen çok az sayıda tesis bulunmakta; diğer termal tesislerin birçoğunda sadece konaklama birimleri gelişmiş, kür merkezleri yapılmamış termal su havuzları ise aksesuar olarak kullanılmaktadır (Erhan, 2010: 10).

Afyonkarahisar ilkçağlardan bu yana termal suların sağlık amaçlı kullanıldığı, Anadolu’nun kavşak noktası niteliğindeki önemli bir destinasyondur. Özellikle termal kaynaklarının niteliği ve “Termal turizmin başkenti” imajı ile bölgenin ve Türkiye’nin önde gelen termal destinasyonlarından birisidir. Bununla birlikte Denizli, Kütahya, Ankara gibi rakip konumundaki termal turizm destinasyonları Afyonkarahisar’ın termal turizm piyasasındaki önemli rakipleri durumundadır. Söz konusu termal turizm destinasyonları ve diğer turizm destinasyonları ile rekabet edebilmek adına Afyonkarahisar ili termal turizminin stratejik yönetim ve pazarlama anlayışı doğrultusunda ve sürdürülebilirlik çerçevesinde analiz edilmesi gerekmektedir.

Türkiye’de termal turizm açısından en önemli illerden biri konumundaki Afyonkarahisar ülke genelinde “*Termalin Başkenti*” olarak bilinmektedir (Özdemir, 2012). Afyonkarahisar kaplıca kaynaklarının niceliği ve niteliği bakımından zengin bir potansiyele sahiptir ve uluslararası alanda tanınmış termal su rezervleri bulunmaktadır (Erhan, 2010: 126).

Afyonkarahisar’ın termal turizm yapısının mevcut ve gelecekteki durumunu analiz etmeyi amaçlayan çalışmada Afyonkarahisardaki Kültür ve Turizm Bakanlığı işletme belgeli termal otel çalışanları ile yapılan anketlerin SWOT analizine ilişkin bulguları değerlendirilmeye çalışılmıştır.

Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırmanın amacı, termal turizm konusunda Türkiye’de önemli bir konumda yer alan ve uluslararasılaşma yolunda çaba sarf eden Afyonkarahisar ilinin termal turizmdeki mevcut durumunu ve geleceğini SWOT analizi tekniği ile belirleyerek, geleceğe yönelik tavsiye niteliğinde çıkarımlarda bulunmaktır. Söz konusu temel amaç doğrultusunda ilin termal turizm konusundaki üstünlükleri ve zayıflıkları belirlenerek, geleceğe yönelik fırsatları ve tehditleri ortaya konulmak istenilmektedir. Bu kapsamda anket yöntemi ile katılımcı görüşlerinin elde edilmesi planlanmıştır. Diğer yandan araştırma kapsamında Afyonkarahisar ilinin termal turizm alanındaki mevcut durumu ve gelecekteki muhtemel

pozisyonuna ilişkin katılımcılardan elde edilen bilgiler ile Afyonkarahisar termal turizm destinasyonuna ilişkin bütüncül bir bakış açısı ve önemli bir veri kaynağı sağlanacaktır.

Araştırmada elde edilen veriler Afyonkarahisar termal turizminin daha etkin kullanılması açısından önemlidir. Elde edilen veriler aynı zamanda ilin turizm politikalarının daha etkin oluşturulması bağlamında önem taşımaktadır. Bununla birlikte araştırma sonuçları konuyla ilgili literatüre ve sektör temsilcilerine katkı sağlaması bakımından da önem taşımaktadır.

Evren ve Örneklem

Araştırmanın evreni olarak turizm işletme belgeli termal otel işletmelerinde görevli personel belirlenmiştir. Turizm işletme belgeli termal otel işletmelerinde çalışan personelin evren olarak tercih edilmesinde, söz konusu personelin diğer toplum grupları ve dışarıdan gelen müşterilere göre Afyonkarahisar destinasyonu hakkında daha fazla bilgiye sahip olmaları başlıca etkidir. Bununla birlikte söz konusu personelin işletme ve destinasyon yönetimi kaynaklı sorunlar ve geleceğe yönelik projeler konusunda daha bilgili olması dolayısıyla daha objektif ve gerçekçi değerlendirmelerde bulunacağı öngörülmüştür.

Araştırmada örneklem alınmamış ve tam sayım yöntemi ile her bir personele anket uygulanması hedeflenmiştir. Araştırmanın yapıldığı Şubat-Nisan 2011 tarihleri arasında Afyonkarahisar ili Ömer-Gecek bölgesinde faaliyet gösteren turizm işletme belgeli beş yıldızlı termal tesislerde çalışan personel sayısının 781 olduğu tespit edilmiş ve söz konusu 781 kişiye anket uygulanması hedeflenmiştir. Anket uygulaması sürecinde ankete katılmayı reddeden, o dönemde izinli olan personeller ve hatalı ve/veya eksik doldurulan anketler nedeniyle toplam 453 anket değerlendirmeye alınmış ve analizi yapılmıştır. Bu bağlamda tam sayım yönteminin uygulandığı çalışmada evrenin % 58'inden veri alınabilmiştir.

Veri Toplama Yöntemi

Araştırma kapsamında elde edilmesi planlanan verilerin toplanmasında anket tekniğinden faydalanılmıştır. Veri toplama yöntemi olarak anket tekniğinin seçiminde evrenin büyüklüğü, zaman ve maliyet gibi unsurlar ön plana çıkmıştır.

Araştırma kapsamında anketin hazırlanması sürecinde yerli ve yabancı literatür araştırması yapılarak konuyla ilgili çalışmalarda kullanılan

anketler incelenmiştir. İnceleme sonucunda Emir'in (2011) Afyonkarahisar ilinde gerçekleştirildiği "Afyonkarahisar İli'nin Turizm SWOT Analizi" konulu çalışmada kullandığı anket referans olarak kullanılmıştır. Bununla birlikte anketin oluşturulmasında Gökçe, (2006), Durgun (2007); Wickramashinghe ve Takano, (2009) ve Subramoniam ve diğerlerinin (2010) çalışmaları incelenerek ankette ekleme ve/veya düzeltmeler yapılmıştır.

Verilerin toplanması amacıyla oluşturulan anket iki bölümden oluşmaktadır. Anketin ilk bölümünde katılımcıların cinsiyeti, medeni durumu, yaşı, eğitim seviyesi gibi demografik özelliklerinin niteleyen kapalı uçlu sorulara ve işletmede çalıştığı birimi niteleyen "Çalıştığımız bölümü belirtiniz" sorusuna yer verilmiştir.

Anketin ikinci bölümünde ise literatür incelemesi sonucunda oluşturulan 48 adet ifadeye yer verilmiştir. İfadeler temel olarak Afyonkarahisar termal turizminin güçlü ve zayıf yönleri ile fırsat ve tehditlerinin değerlendirilmesine ilişkin önermeleri içermektedir. Anketin ikinci bölümünde yer alan söz konusu ifadeler beşli Likert tipi ölçek ile derecelendirilerek, katılımcıların belirtilen önermelere katılım düzeylerini belirtmeleri istenmiştir. Bu kapsamda her bir önerme için "hiç katılmıyorum=1", "az katılıyorum=2", "orta düzeyde katılıyorum=3", "çok katılıyorum=4", "tamamen katılıyorum=5" şeklinde derecelendirilmiş ölçek hazırlanarak katılımcılardan kendilerine en uygun olan rakamı (katılım düzeyini ifade etmekte kullanılan semboller) işaretlemeleri talep edilmiştir.

Verilerin Analizi

Araştırmada katılımcılara ait demografik ve tanımlayıcı verilerin analizi amacıyla yüzde ve frekans analizinden faydalanılmıştır. Afyonkarahisar ili termal turizminin SWOT analizini içeren ölçekteki ifadelerin analizinde ise öncelikle verilerin normallik testi gerçekleştirilmiştir. Test sonucunda verilerin normal (homojen) dağılıma sahip olduğu saptanmış ve analizlerde parametrik testler kullanılmasına karar verilmiştir.

Araştırmanın bir sonraki aşamasında ölçekteki ifadeler için faktör analizi yapılarak alt gruplar tespit edilmiş ve her bir alt gruba ilişkin katılımcı görüşleri yüzde, frekans, standart sapma ve ortalama sapma değerleri ile yorumlanmıştır. Veri analizinin son aşamasında ise katılımcıların SWOT faktörlerine (alt gruplar) ilişkin görüşleri cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim seviyesi ve işletmede çalıştığı birim bağlamında karşılaştırılarak, istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık olup olmadığı analiz

edilmiştir. Katılımcı görüşlerinin karşılaştırılmasında parametrik testlerden bağımsız örneklem t testi ve tek faktörlü varyans analizi (ANOVA) tekniklerinden yararlanılmıştır. Analiz sonucunda farklılık bulunan grupların ikili karşılaştırılmasında ise çoklu karşılaştırma testlerinden Duncan testi tercih edilmiştir.

BULGULAR

Araştırmada anket yöntemi ile elde edilen verilerin analizine ilişkin bulguların yer aldığı bu bölümde ilk olarak katılımcılara ait bazı demografik özellikler incelenmiştir. Bu kapsamda gerçekleştirilen frekans ve yüzde analizi sonuçları Tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo 1’de gösterilen bulgular doğrultusunda araştırma kapsamında anketi yanıtlayan katılımcıların %68.2’sini temsil eden 309 kişinin erkek, %31.8 ile 144 kişinin ise kadın olduğu görülmektedir. Katılımcıların %59.2’si ise evlidir. Toplam 453 katılımcının oluşturduğu grubun geri kalan %40.8’lik kesimi ise bekârdır.

Tablo 1: Katılımcıların Bazı Demografik Özelliklerine İlişkin Bilgiler

Temel Değişken	Alt Değişken	(f) Frekans	(%) Yüzde
Cinsiyet	Bay	309	68.2
	Bayan	144	31.8
Medeni durum	Evli	268	59.2
	Bekar	185	40.8
Yaş	18-23 yaş arası	95	21.0
	24-29 yaş arası	168	37.1
	30-35 yaş arası	124	27.4
	36-41 yaş arası	45	9.9
	42 yaş ve üzeri	21	4.6
Eğitim düzeyi	İlköğretim	83	18.3
	Ortaöğretim	236	52.1
	Ön lisans	79	17.4

Lisans ve üzeri	55	12.2
Toplam (n)	453	100

Araştırmada katılımcıların yaşlarına ilişkin daha net bilgilerin elde edilmesi amacıyla ankette yaş sorusu açık uçlu olarak sorulmuştur. Verilerin bilgisayara aktarımından sonra ise istatistiksel yöntemler ile analizler gerçekleştirilmiştir ve katılımcı kitlesinin 18-48 yaş aralığında olduğu tespit edilmiştir. Bir sonraki aşamada da katılımcıların yaş dağılımları istatistiksel yöntemler yardımıyla sınıflandırılmıştır. Bu kapsamda katılımcıların yaş dağılımları incelendiğinde katılımcıların %37.1'inin 24-29 yaş aralığında, %27.4'ünün 30-35 yaş aralığında, %21'inin 18-23 yaş aralığında, %9.9'unun 36-41 yaş aralığında ve son olarak %4.6'sının ise 42 yaş ve üzerinde olduğu tespit edilmiştir. Buna göre 24-29 yaş aralığı ve 30-35 yaş aralığında bulunan kişi sayısının diğer gruplara göre daha fazla olduğu görülmektedir.

Katılımcıların bazı demografik özelliklerinin incelendiği aşamada son olarak eğitim düzeyi ele alınmıştır. Tablo 1'de görüldüğü gibi katılımcıların yarısından fazlası (%52,1), diğer bir ifadeyle 236 kişisi ortaöğretim düzeyinde eğitim almış kişilerden oluşmaktadır. Katılımcılardan ön lisans, lisans ve yüksek lisans/doktora eğitim almış kişilerin toplamı ise %29.6 ile 134 kişidir. Katılımcı kitlesinin geri kalan %18.3'lük kesimi ise 83 kişi ile ilköğretim düzeyinde eğitim alan kişilerden oluşmaktadır.

Tablo 2: Katılımcıların Çalıştıkları Departmanların Dağılımına İlişkin Bilgiler

Temel Değişken	Alt Değişken	(f) Frekans	(%) Yüzde
Çalışılan Departman	Ön büro-Santral	46	10.2
	Kat Hizmetleri	81	17.9
	Mutfak	51	11.3
	Restaurant-Bar	106	23.4
	Muhasebe	18	4.0
	Pazarlama / Halkla İlişkiler	25	5.5
	Teknik Servis	37	8.2
	Animasyon	21	4.6

Termal Merkez	16	3.5
Kür Merkezi	34	7.5
Güvenlik	18	4.0
Toplam (n)	453	100

Tablo 2 incelendiğinde termal otel işletmelerinde yer alan hizmet birimlerinin büyüklüğü ve konaklama sektörünün yapısına paralel olarak en fazla çalışanın restaurant-bar bölümünde olduğu görülmektedir. 106 kişi ile %23.4'lük bir paya sahip olan restaurant-bar bölümünü, 81 kişi ve %17.9'luk bir pay ile kat hizmetleri bölümü izlemektedir. Tablo 2'deki sonuçlara göre termal otel işletmelerinin termal merkez ve kür merkezinde çalışanların ve anketi yanıtlayan katılımcıların toplamı ise 50'dir ve departmanların dağılımında %11'lik paya sahiptir.

Ölçek güvenilirliği kapsamında gerçekleştirilen güvenilirlik analizleri sonucunda genel güvenilirlik katsayısını ifade eden Cronbach's Alpha katsayısı ölçekte yer alan toplam 48 ifade için 0.968 olarak hesaplanmıştır. Sosyal bilimler alanında yapılan çalışmalarda ölçek güvenilirliğini ifade eden Cronbach's Alpha kat sayısının 0 ile 1 arasında değerler aldığı ve kabul edilebilir değerler en az 0.7 olması gerektiği (Altunışık vd. 2010: 124) göz önüne alındığında araştırma ölçeğinin oldukça güvenilir olduğunu söylemek mümkündür. Araştırmada kullanılan ölçeğe ait faktör analizleri ve bu bağlamda oluşturulan her bir alt gruba ait güvenilirlik katsayıları, özdeğerler, varyans açıklama oranları, kümülatif varyanslar ve Kaiser-Meyer-Olkin örneklem yeterliliği (KMO Test) ve Bartlett's küresellik testi sonuçları ise Tablo 3'te sunulmuştur. Bu kapsamda ilk olarak ölçeğe ait örneklem yeterliliği ölçülmüştür. Analiz sonucunda örneklem yeterliliğini belirten KMO test katsayısı 0.956 ve ölçek üzerinde faktör analizinin uygulanabilirliğini ifade eden Bartlett küresellik testi sonucu $\chi^2=14624.33$; $p=0.000$ olarak hesaplanmıştır. Bu değerler ölçek üzerinde faktör analizinin uygulanabilirliğini ve örneklem yeterliliğini ortaya koymaktadır.

Ölçeğe ilişkin olarak faktör analizi sonucunda elde edilen faktörlerden "güçlü yönler" boyutu ölçeğin toplam varyansının % 34.659'unu, "zayıf yönler" boyutu ölçeğin toplam varyansının % 14.531'ini açıklamaktadır. Faktör analizi sonucunda ölçeğe yönelik olarak elde edilen diğer iki boyuttan "fırsatlar" boyutunun toplam varyansı açıklama oranı % 10.998 iken, "tehditler" boyutunun toplam varyansı açıklama oranı ise % 4.95'tir.

Tablo 3: Güvenirlilik ve Faktör Analizi Sonuçları

FAKTÖRLER	SWOT Analizine İlişkin İfadeler	Faktör Yükleri				
		1	2	3	4	
Güçlü Yönler	Termal turizm alanında il'in son yıllarda popülaritesinin artması	0.727				
	Devam eden termal turizm yatırımları	0.692				
	il'de sağlık turizmine uygun zengin doğal kaynakların varlığı	0.672				
	Gelişen dünya turizmi ve Türkiye'nin AB adaylığı	0.578				
	il'in var olan termal turizm imajı	0.547				
	il'de üniversitenin olması	0.495				
	il insanının konukseverliği	0.747				
	il'de yapılan festival ve çeşitli aktivitelerin termal turizme katkı sağlaması	0.724				
	ilin coğrafi konumu ve pazara/pazarlara yakınlık	0.529				
	Turizmi yönlendirecek kalifiye işgücünün varlığı	0.489				
	Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın turizmi bütün yıla yayma politikalarının il'in termal turizmine katkı sağlaması	0.474				
	Zayıf Yönler	ilin üst yapısının termal turizm için yeterli olmaması		0.768		
		ilin alt yapısının termal turizm için yeterli olmaması		0.756		
		Turistik yerlerdeki temizlik ve hijyen sorunları		0.725		
il'deki seyahat acentalarının misyonlarını yeterince gerçekleştirememeleri			0.673			
Konaklama işletmelerinin doluluk oranlarının düşük olması			0.671			
il'deki kamu ve yerel yönetimlerin termal turizmin gelişimi açısından yeterli katkı sağlayamaması /istekli olmaması.			0.623			
Termal turizme yönelik hizmet kalitesinin yetersizliği			0.755			
il'e ait turizm kalkınma (master) planlamasının olmaması			0.754			
Kurumlar arasında eşgüdümde görülen eksiklikler			0.753			
Termal turizme yönelik stratejik planlamanın olmayışı			0.723			
Bürokratik engeller			0.655			
Termal turizme yönelik pazarlama ve tanıtım faaliyetlerinin yetersizliği			0.642			
Kentin termal turizm imajının zayıflığı			0.448			
Termal turizmde kamu teşviklerinden yeterince yararlanamama			0.645			
Termal turizmde yaşanan finansman sorunları		0.567				
Turizm bilincinin yeterince gelişmemesi		0.566				
Pazarlama kaynak ve kanallarının yetersizliği		0.498				
Fırsatlar	il'in kamuoyundaki "termal turizm başkenti" imajı			0.768		
	il'deki termal konaklama işletmelerinin kalite olarak gelişmesi			0.767		
	il'deki termal konaklama işletmelerinin sayı olarak gelişmesi			0.750		
	Termal turizme olan ilginin artması			0.729		
	Termal turizm faaliyetlerine katılımın hızlı gelişmesi			0.719		
	Bölgenin rakip termal turizm bölgelerine göre gelişmiş olması			0.709		
	ilin ekonomik, sosyo-kültürel gelişmesinde termal turizmin katkısı			0.678		
Termal turizm alanında yeni pazarlara girme potansiyelinin olması			0.672			

	Termal turizmin yılın on iki ayı yapılan bir turizm olması	0.648
	Termal turizmde istihdam edilebilecek dinamik bir nüfusun varlığı	0.518
	İl’de devam eden havaalanı yatırımının olması	0.439
	Termal turizmde değişen müşteri istek ve ihtiyaçları	0.415
Tehditler	Ekonomik dalgalanmalar	0.694
	Gelecekte doğal kaynakların ve çevrenin tahrip olma riski	0.685
	Karar alıcıların termal turizm alanındaki uzman görüşlerine başvurmaması	0.626
	Yeni termal turizm bölgelerinin turizm pazarına girmesi	0.515
	İmar sorunlarının termal turizmi olumsuz yönde etkilemesi	0.595
	Kalifiye personelin diğer turizm bölgelerine göçü	0.576
	Seyahat acentalarının artan pazarlık güçleri	0.486
	Termal turizmde müşterilerin artan pazarlık güçleri	0.472
	Özdeğerler	16.637 6.975 5.280 2.376
Güvenilirlik (Cronbach’s Alpha)	0.968	
Faktör Güvenilirliği (Cronbach’s Alpha)	0.905 0.934 0.936 0.921	
Varyans açıklama oranı (%)	34.659 14.531 10.998 4.950	
Kümülatif varyans (%)	34.659 49.190 60.188 65.138	
Keiser-Meyer -Olkin kat sayısı	0.956	
Bartlett’s Küresellik testi	$\chi^2=14624.33; p=0.000$	

Faktör analizi sonucunda oluşturulan SWOT faktörlerine yönelik katılımcı görüşleri “Güçlü yönler”, “Zayıf yönler”, “Fırsatlar” ve “Tehditler” başlıkları altında yüzde, frekans analizleri, aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri bağlamında incelenerek yorumlanmıştır.

Afyonkarahisar ili termal turizminin güçlü yönlerine ilişkin katılımcı görüşlerinin değerlendirildiği Tablo 19 incelendiğinde Afyonkarahisar’ın var olan termal turizm imajının ($\bar{X}=3.60$, $s.s=1.12$) en güçlü yön olarak değerlendirildiği görülmektedir. Afyonkarahisar ili termal turizmde güçlü yönler olarak değerlendirilen bir diğer önemli unsur ise İl’de sağlık turizmüne uygun zengin doğal kaynakların varlığıdır ($\bar{X}=3.58$, $s.s=1.20$).

Tablo 4: Afyonkarahisar İli Termal Turizmi Güçlü Yönlerine Yönelik Katılımcı Görüşleri

Maddeler	Hiç Katılmıyorum		Az Katılıyorum		Orta Düzeyde Katılıyorum		Çok Katılıyorum		Tamamen Katılıyorum		\bar{X}	s.s.
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%		

Termal turizm alanında İl'in son yıllarda popülaritesinin artması	20	4.4	84	18.5	100	22.1	131	28.9	118	26.0	3.54	1,19
Devam eden termal turizm yatırımları	22	4.6	88	19.4	93	20.5	143	31.6	108	23.8	3.51	1,18
İl'de sağlık turizmine uygun zengin doğal kaynakların varlığı	24	5.3	82	18.1	77	17.0	149	32.9	121	26.7	3.58	1,20
Gelişen dünya turizmi ve Türkiye'nin AB adaylığı	21	4.6	92	20.3	121	26.7	136	30.0	83	18.3	3.37	1,13
İl'in var olan termal turizm imajı	14	3.1	77	17.0	96	21.2	155	34.2	111	24.5	3.60	1,12
İl'de üniversitenin olması	36	7.9	92	20.3	92	20.3	114	31.8	89	19.6	3.35	1,22
İl insanının konukseverliği	25	5.5	87	19.2	91	20.1	139	30.7	111	24.5	3.49	1,20
İl'de yapılan festival ve çeşitli aktivitelerin termal turizme katkı	32	7.1	89	19.6	111	24.5	134	29.6	87	19.2	3.34	1,19
İlin coğrafi konumu ve pazara/pazarlara yakınlık	20	4.4	68	15.0	102	22.5	174	38.4	89	19.6	3.54	1,10
Turizmi yönlendirecek kalifiye işgücünün varlığı	34	7.5	84	18.5	94	20.8	147	32.5	94	20.8	3.40	1,21
Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın turizmi bütün yıla yayma politikalarının İl'in termal turizmine katkı sağlaması	22	4.9	91	20.1	103	22.7	123	27.2	114	25.2	3.48	1,20
Genel Aritmetik Ortalama											3.47	0.84

Tablo 4'deki sonuçlar ışığında, Afyonkarahisar ili termal turizminde güçlü yönler kapsamında diğer unsurlara göre daha az dikkate alınan unsurlar İl'de yapılan festival ve çeşitli aktivitelerin termal turizme katkı sağlaması ($\bar{X}=3.34$, $s.s=1.19$), İl'de üniversite olması ($\bar{X}=3.35$, $s.s=1.22$) ve gelişen dünya turizmi ve AB adaylığı şeklindedir ($\bar{X}=3.37$, $s.s=1.13$).

Afyonkarahisar ili termal turizminin zayıf yönlerine ilişkin katılımcı görüşlerinin değerlendirildiği Tablo 20 incelendiğinde, termal turizmde kamu teşviklerinden yeterince yararlanamama ($\bar{X}=3.45$, $s.s=1.10$) unsurunun katılımcılar tarafından en zayıf nokta olarak değerlendirildiği anlaşılmaktadır. İl'deki seyahat acentalarının misyonlarını yeterince gerçekleştirememeleri ($\bar{X}=3.38$, $s.s=1.18$) ise katılımcıların en önemli ikinci zayıf nokta olarak değerlendirdikleri unsurdur. Termal turizm bilincinin

yeterince gelişmemesi ($\bar{X}=3.36$, $s.s=1.14$) ve termal turizmde yaşanan finansman sıkıntıları ($\bar{X}=3.36$, $s.s=1.18$) ise SWOT analizi kapsamında zayıf yönler olarak değerlendirilebilecek diğer önemli unsurlardır.

SWOT analizi kapsamında Afyonkarahisar ili termal turizminin zayıf yönlerinden diğerlerine oranla daha az öneme sahip olan unsurların başlıcalarını kent termal turizm imajının zayıflığı ($\bar{X}=3.15$, $s.s=1.23$), konaklama işletmelerinin doluluk oranlarının düşük olması ($\bar{X}=3.18$, $s.s=1.20$) ve Afyonkarahisar ili üst yapısının termal turizm için yeterli olmaması ($\bar{X}=3.21$, $s.s=1.22$) oluşturmaktadır.

Afyonkarahisar ili termal turizminin zayıf yönlerine ilişkin katılımcı görüşlerini belirten Tablo 5 genel olarak incelendiğinde ise İl'de termal turizmden istenilen faydanın sağlanması için kamu teşvik ve desteklerinde yaşana sıkıntılar, bürokratik engeller, termal turizm bilincinin gelişmemiş olması, termal turizme yönelik stratejik planlama eksikliği, temizlik / hijyen sorunları, pazarlama ve tanıtım eksiklikleri unsurları üzerinde iyileştirmeler yapılması gerektiği anlaşılmaktadır.

Tablo 5: Afyonkarahisar İli Termal Turizmi Zayıf Yönlerine Yönelik Katılımcı Görüşleri

Maddeler	Hiç Katılmıyorum		Az Katılıyorum		Orta Düzeyde Katılıyorum		Çok Katılıyorum		Tamamen Katılıyorum		\bar{X}	s.s.
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%		
İlin üst yapısının termal turizm için yeterli olmaması	36	7.9	111	24.5	109	24.1	116	25.6	81	17.9	3.21	1.22
İlin alt yapısının termal turizm için yeterli olmaması	48	10.6	100	22.1	103	22.7	114	25.2	88	19.4	3.21	1.27
Turistik yerlerdeki temizlik ve hijyen sorunları	32	7.1	106	23.4	98	21.6	131	28.9	86	19.0	3.29	1.21
İl'deki seyahat acentalarının misyonlarını yeterince gerçekleştirememeleri	25	5.5	96	21.2	107	23.6	134	29.6	91	20.1	3.38	1.18
Konaklama işletmelerinin doluluk oranlarının düşük olması	46	10.2	90	19.9	118	26.0	135	29.8	64	14.1	3.18	1.20
İl'deki kamu ve yerel yönetimlerin termal	32	7.1	82	18.1	120	26.5	132	29.1	87	19.2	3.35	1.18

turizmin gelişimi açısından yeterli katkı sağlayamaması /istekli olmaması.													
Termal turizme yönelik hizmet kalitesinin yetersizliği	44	9.7	93	20.5	101	22.3	136	30.0	79	17.4	3.25	1.23	
İl'e ait turizm kalkınma (master) planlamasının olmaması	22	4.9	96	21.2	132	29.1	132	29.1	71	15.7	3.30	1.11	
Kurumlar arasında eşgüdümde görülen eksiklikler	23	5.1	82	18.1	141	31.1	128	28.3	79	17.4	3.35	1.11	
Termal turizme yönelik stratejik planlamanın olmayışı	33	7.3	78	17.2	131	28.9	132	29.1	79	17.4	3.32	1.16	
Bürokratik engeller	28	6.2	80	17.7	150	33.1	128	28.3	67	14.8	3.28	1.10	
Termal turizme yönelik pazarlama ve tanıtım faaliyetlerinin yetersizliği	37	8.2	97	21.4	104	23.0	123	27.2	92	20.3	3.30	1.24	
Kentin termal turizm imajının zayıflığı	46	10.2	102	22.5	116	25.6	114	25.2	75	16.6	3.15	1.23	
Termal turizmde kamu teşviklerinden yeterince yararlanamama	23	5.1	71	15.7	118	26.0	160	35.3	81	17.9	3.45	1.10	
Termal turizmde yaşanan finansman sorunları	27	6.0	78	17.2	136	30.0	129	28.5	83	18.3	3.36	1.14	
Turizm bilincinin yeterince gelişmemesi	26	5.7	96	21.2	111	24.5	131	28.9	89	19.6	3.36	1.18	
Pazarlama kaynak ve kanallarının yetersizliği	21	4.6	95	21.0	119	26.3	155	34.2	63	13.9	3.32	1.09	
Genel Aritmetik Ortalama										3.29	0.82		

SWOT analizi kapsamında Afyonkarahisar ili termal turizminin fırsatlarına yönelik katılımcı görüşlerini betimleyen Tablo 21'e göre Afyonkarahisar termal turizminin gelişim sürecinde en önemli fırsat ilde devam eden havaalanı yatırımının olmasıdır ($\bar{X}=3.67$, $s.s=1.33$). Nitekim araştırmanın yapıldığı süreçte birebir görüşme fırsatı bulunan sektör temsilcilerine göre havaalanı yatırımının bitmesi ile birlikte yurtdışından gelen turist sayısında ciddi artışlar gözlenmesi beklenmektedir.

Tablo 6: Afyonkarahisar İli Termal Turizmi Fırsatlarına Yönelik Katılımcı Görüşleri

Maddeler	Hiç Katılmıyorum		Az Katılıyorum		Orta Düzeyde Katılıyorum		Çok Katılıyorum		Tamamen Katılıyorum		\bar{X}	s.s.
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%		
İl'in kamuoyundaki "termal turizm başkenti" imajı	28	6.2	90	19.9	74	16.3	127	28.0	134	29.6	3.55	1.26
İl'deki termal konaklama işletmelerinin kalite olarak gelişmesi	20	4.4	83	18.3	74	16.3	161	35.5	115	25.4	3.59	1.17
İl'deki termal konaklama işletmelerinin sayı olarak gelişmesi	22	4.9	85	15.8	69	15.2	157	34.7	120	26.5	3.59	1.20
Termal turizme olan ilginin artması	23	5.1	85	18.8	74	16.3	143	31.6	128	28.3	3.59	1.22
Termal turizm faaliyetlerine katılımın hızlı gelişmesi	37	8.2	114	25.2	53	11.7	133	29.4	116	25.6	3.39	1.32
Bölgenin rakip termal turizm bölgelerine göre gelişmiş olması	36	7.9	89	19.6	63	13.9	153	33.8	112	24.7	3.48	1.27
İlin ekonomik, sosyo-kültürel Termal turizm alanında yeni pazarlara girme potansiyelinin olması	25	5.5	84	18.5	97	21.4	132	29.1	115	25.4	3.50	1.21
Termal turizmin yılın on iki ayı yapılan bir turizm çeşidi olması	56	12.4	109	24.1	64	14.1	104	23.0	120	26.5	3.27	1.39
Termal turizmde istihdam edilebilecek dinamik bir nüfusun varlığı	24	5.3	81	17.9	98	21.6	155	34.2	95	21.0	3.48	1.16
İl'de devam eden havaalanı yatırımının olması	36	7.9	75	16.6	63	13.9	107	23.6	172	38	3.67	1.33
Termal turizmde değişen müşteri istek ve ihtiyaçları	17	3.8	93	20.5	91	20.1	147	32.5	105	23.2	3.51	1.16
Genel Aritmetik Ortalama											3.52	0.95

Tablo 6'daki sonuçlara göre, termal turizm faaliyetlerinin yılın on iki ayı yapılabilen bir turizm çeşidi olması ($\bar{X}=3.65$, s.s=1.27) Afyonkarahisar ili termal turizminin bir diğer önemli fırsatını teşkil etmektedir. İlde termal turizmin gelişim sürecinde önem taşıyan fırsat unsurlarının başlıcaları ise termal turizme olan ilginin artması ($\bar{X}=3.59$, s.s=1.22) İl'deki termal konaklama işletmelerinin sayı olarak gelişmesi ($\bar{X}=3.59$, s.s=1.20) ve yine termal konaklama işletmelerinin kalite olarak gelişmesidir ($\bar{X}=3.59$, s.s=1.17).

Tablo 6'da sunulan katılımcı görüşlerine göre Afyonkarahisar termal turizm gelişiminde diğer fırsat unsurlarına göre ez az öneme sahip fırsat unsuru termal turizm alanında yeni pazarlara girme olasılığı ($\bar{X}=3.27$ s.s=1.39) unsurdur. Bununla birlikte termal turizm faaliyetlerine katılımın hızlı gelişmesi unsuru 3.39 aritmetik ortalama ve 1.32 standart sapma ile diğer unsurlara nazaran daha az öneme sahip olan bir diğer unsuru teşkil etmektedir.

Afyonkarahisar ili termal turizmini tehditlerine yönelik katılımcı görüşlerinin değerlendirildiği Tablo 7 incelendiğinde, Afyonkarahisar ili termal turizmi için en önemli tehdit unsurunu termal turizmde müşterilerin artan pazarlık gücü ($\bar{X}=3.44$ s.s=1.15) oluşturmaktadır. Afyonkarahisar ili termal turizmi için bir diğer önemli tehdit unsuru ise turizm pazarına yeni termal turizm bölgelerinin girmesidir ($\bar{X}=3.43$ s.s=1.23). Anketi yanıtlayan katılımcılara göre Afyonkarahisar ili termal turizmi için tehdit niteliği taşıyan diğer önemli unsurlar ise, seyahat acentalarının artan pazarlık güçleri ($\bar{X}=3.43$ s.s=1.12), kalifiye personelin diğer turizm bölgelerine göçü ($\bar{X}=3.41$ s.s=1.16) ve imar sorunlarının termal turizm gelişimini olumsuz etkilemesidir ($\bar{X}=3.36$ s.s=1.08).

Tablo 7: Afyonkarahisar İli Termal Turizmi Tehditlerine Yönelik Katılımcı Görüşleri

Maddeler	Hiç Katılmıyorum		Az Katılıyorum		Orta Düzeyde Katılıyorum		Çok Katılıyorum		Tamamen Katılıyorum		\bar{X}	s.s.
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%		
Ekonomik dalgalanmalar	55	12.1	95	21.0	153	33.8	100	22.1	50	11.0	2.99	1.16

Gelecekte doğal kaynakların ve çevrenin tahrip olma riski	24	5.3	107	23.6	110	24.3	130	28.7	82	18.1	3.31	1.17
Karar alıcıların termal turizm alanındaki	21	4.6	115	25.4	107	23.6	135	29.8	75	16.6	3.28	1.15
Yeni termal turizm bölgelerinin turizm pazarına girmesi	25	5.5	107	23.6	76	16.8	138	30.5	107	23.6	3.43	1.23
İmar sorunlarının termal turizmi olumsuz yönde etkilemesi	22	4.9	75	16.6	147	32.5	136	30.0	73	16.1	3.36	1.08
Kalifiye personelin diğer turizm bölgelerine göçü	25	5.5	89	19.6	104	23.0	145	32.0	90	19.9	3.41	1.16
Seyahat acentalarının artan pazarlık güçleri	22	4.9	82	18.1	112	24.7	153	33.8	84	18.5	3.43	1.12
Termal turizmde müşterilerin artan pazarlık güçleri	21	4.6	85	18.8	119	26.3	130	28.7	98	21.6	3.44	1.15
Genel Aritmetik Ortalama										3.33	0.84	

Afyonkarahisar ili termal turizmine yönelik olarak gerçekleştirilen SWOT analizinde katılımcı görüşlerine göre ilde termal turizmin gelişiminde diğer unsurlara nazaran en az öneme sahip unsur ekonomik dalgalanmalardır ($\bar{X}=2.99$ s.s=1.16). Karar alıcıların termal turizm alanındaki uzman görüşlerine başvurmaması ($\bar{X}=3.28$ s.s=1.15) ve gelecekte doğal kaynakların ve çevrenin tahrip olma riski ($\bar{X}=3.31$ s.s=1.17) Afyonkarahisar ili termal turizmi için görece olarak daha az önemli olan diğer tehdit unsurlarıdır.

Anket verilerinin faktör analizi ile test edilmesi sonucunda tespit edilen SWOT faktörleri katılımcıların sosyo-demografik özellikleri ile karşılaştırılması kapsamında ilk olarak katılımcıların cinsiyeti ile SWOT faktörlerine yönelik görüşleri karşılaştırılmış ve karşılaştırma sonuçlarına Tablo 8'de yer verilmiştir.

Tablo 8: Afyonkarahisar İli Termal Turizmi SWOT Analize Yönelik Katılımcı Görüşlerinin Cinsiyete Göre Karşılaştırılması

	Gruplar	n	\bar{X}	s.s	t	p
Güçlü yönler	Bay	309	3.47	0.84	0.860	0.931
	Bayan	144	3.46	0.84		
Zayıf yönler	Bay	309	3.31	0.81	0.634	0.527
	Bayan	144	3.26	0.84		
Fırsatlar	Bay	309	3.54	0.94	0.731	0.465

	Bayan	144	3.47	0.97		
Tehditler	Bay	309	3.30	0.84	1.127	0.260
	Bayan	144	3.39	0.85		

SWOT analizi kapsamında Afyonkarahisar ili termal turizminin güçlü yönleri, zayıf yönleri, fırsatları ve tehditlerine yönelik katılımcı görüşlerinin katılımcıların cinsiyetlerine göre karşılaştırıldığı Tablo 8 incelendiğinde SWOT kapsamındaki dört boyutta da anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir ($p>0.05$). Nitekim Afyonkarahisar ili termal turizminin güçlü yönlerine ilişkin katılımcı görüşlerinin anlamlılık düzeyinin $p=0.931$, zayıf yönlerine ilişkin katılımcı görüşlerinin anlamlılık düzeyinin $p=0.527$, fırsatlarına ilişkin katılımcı görüşlerinin anlamlılık düzeyinin $p=0.465$ ve tehditlerine ilişkin katılımcı görüşlerinin anlamlılık düzeyinin $p=0.260$ olduğu tespit edilmiştir. Söz konusu sonuçlar istatistiksel olarak anlamlılık düzeyini ifade eden $p=0.05$ düzeyinden yüksek olduğu için gruplar arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Bu bağlamda Afyonkarahisar iline yönelik SWOT analizi katılımcı görüşleri cinsiyete göre değişim göstermemektedir. Kişisel görüşlerin oluşumunda cinsiyetin etkisinin çok az olması görüşler arasında farklılık bulunmamasının bir nedeni olarak kabul edilebilir.

Tablo 9'da katılımcıların Afyonkarahisar ili termal turizmi zayıf yönlerine ilişkin görüşlerinin medeni durumlarına göre karşılaştırılmasına ait sonuçlara yer verilmiştir.

Tablo 9: Afyonkarahisar İli Termal Turizmi SWOT Analize Yönelik Katılımcı Görüşlerinin Medeni Duruma Göre Karşılaştırılması

	Gruplar	N	\bar{X}	s.s	T	p
Güçlü yönler	Evli	268	3.51	0.80	1.367	0.172
	Bekar	185	3.40	0.89		
Zayıf yönler	Evli	268	3.32	0.80	0.971	0.332
	Bekar	185	3.25	0.84		
Fırsatlar	Evli	268	3.58	0.93	1.662	0.097
	Bekar	185	3.43	0.98		
Tehditler	Evli	268	3.37	0.81	1.472	0.142
	Bekar	185	3.26	0.88		

Tablo 9'a göre katılımcıların medeni durumları ile SWOT analizi kapsamında belirttikleri güçlü yönler ($p=0.172$), zayıf yönler ($p=0.332$), fırsatlar ($p=0.097$) ve tehditlere ($p=0.142$) yönelik görüşleri arasında $p=0.05$

anlamlılık düzeyinde anlamlı bir fark bulunmamaktadır. Bu bağlamda katılımcıların görüşleri medeni durumlarına göre değişiklik göstermemektedir. SWOT analizinde katılımcıların ailevi durumlarına yönelik unsurlarının bulunmaması nedeniyle katılımcıların görüşlerinin değişiklik göstermemesi söz konusu durumun bir açıklayıcısı olabilir.

Tablo 10'da Araştırma kapsamında katılımcıların yaş grupları ile Afyonkarahisar ili termal turizminin SWOT analizine yönelik görüşlerinin karşılaştırılmasına yönelik test sonuçları bulunmaktadır.

Tablo 10: Afyonkarahisar İli Termal Turizmi SWOT Analize Yönelik Katılımcı Görüşlerinin Yaş Gruplarına Göre Karşılaştırılması

	Gruplar	n	\bar{X}	s.s	F	p
Güçlü yönler	18-23	95	3.39	0.86	1.847	0.119
	24-29	168	3.39	0.80		
	30-35	124	3.64	0.76		
	36-41	45	3.49	0.91		
	42 ve üzeri	21	3.37	1.22		
Zayıf yönler	18-23	95	3.26a	0.80	3.237	0.012*
	24-29	168	3.27a	0.81		
	30-35	124	3.43a	0.80		
	36-41	45	3.29a	0.87		
	42 ve üzeri	21	2.76b	0.82		
Fırsatlar	18-23	95	3.35	0.95	2.333	0.055
	24-29	168	3.51	0.94		
	30-35	124	3.69	0.87		
	36-41	45	3.57	1.02		
	42 ve üzeri	21	3.22	1.26		
Tehditler	18-23	95	3.18	0.83	1.983	0.096
	24-29	168	3.32	0.82		
	30-35	124	3.46	0.84		
	36-41	45	3.42	0.87		
	42 ve üzeri	21	3.10	0.91		

* $p < 0.05$ ^{a,b,c}: farklı harfleri içeren gruplar arasındaki farklar önemlidir ($p < 0.05$)

Tablo 10'daki sonuçlara göre katılımcıların Afyonkarahisar ili termal turizmine yönelik görüşleri yaş gruplarına göre güçlü yönler ($p=0.119$), fırsatlar ($p=0.055$) ve tehditler ($p=0.096$) boyutlarında anlamlı bir farklılık göstermemekte iken, zayıf yönler ($p=0.012$) bağlamında $p=0.05$ anlamlılık düzeyinde anlamlı bir farklılık göstermektedir ($p < 0.05$).

Afyonkarahisar ili termal turizminin zayıf yönlerine ilişkin katılımcı görüşleri arasındaki farklılığın ölçümü için ise Varyans (ANOVA) analizi kapsamında Duncan testi gerçekleştirilmiştir. Duncan testi sonucunda 18-23 yaş grubu, 24-29 yaş grubu, 30-35 yaş grubu ve 36-41 yaş grubunun

görüşleri arasında benzerlikler bulunmasına rağmen, 42-48 yaş grubunda buluna katılımcıların farklı görüşte olduğu tespit edilmiştir. Bu bağlamda Afyonkarahisar termal turizminin zayıf yönleri olduğunu en yüksek düzeyde belirten yaş grubu 30-35 yaş grubu ($\bar{X}=3.43$) olurken, en düşük düzeyde belirten yaş grubu 42-48 yaş grubu ($\bar{X}=2.76$) olmuştur.

Tablo 11’de Afyonkarahisar ili termal turizminin SWOT analizine yönelik katılımcı görüşlerinin eğitim düzeylerine göre karşılaştırılmasına ait Varyans (ANOVA) sonuçları yer almaktadır.

Tablo 11: Afyonkarahisar İli Termal Turizmi SWOT Analize Yönelik Katılımcı Görüşlerinin Eğitim Düzeyine Göre Karşılaştırılması

	Gruplar	n	\bar{X}	s.s	F	P
Güçlü yönler	İlköğretim	83	3.51	0.86	0.812	0.518
	Ortaöğretim	236	3.50	0.83		
	Ön lisans	79	3.31	0.86		
	Lisans ve üzeri	55	3.46	0.81		
Zayıf yönler	İlköğretim	83	3.24	0.81	1.753	0.137
	Ortaöğretim	236	3.39	0.86		
	Ön lisans	79	3.14	0.75		
	Lisans ve üzeri	55	3.18	0.65		
Fırsatlar	İlköğretim	83	3.51	0.91	1.234	0.296
	Ortaöğretim	236	3.58	0.96		
	Ön lisans	79	3.32	1.01		
	Lisans ve üzeri	55	3.47	0.88		
Tehditler	İlköğretim	83	3.39	0.73	0.473	0.756
	Ortaöğretim	236	3.35	0.88		
	Ön lisans	79	3.27	0.87		
	Lisans ve üzeri	55	3.20	0.76		

Tablo 11’de yer alan sonuçlara göre katılımcıların Afyonkarahisar termal turizminin SWOT analizine yönelik güçlü yönler, zayıf yönler, fırsatlar ve tehditlere ilişkin görüşleri eğitim düzeylerine $p=0.05$ anlamlılık düzeyinde anlamlı bir farklılık göstermemektedir ($p>0.05$)

Afyonkarahisar ili termal turizmi SWOT analizine yönelik katılımcı görüşlerinin katılımcıların sosyo-demografik özellikleri ile karşılaştırılmasında son olarak katılımcı görüşlerinin çalışılan departmanlara göre farklılık gösterip göstermediği test edilmiştir. Bu kapsamda gerçekleştirilen Varyans (ANOVA) sonuçları ise Tablo 12’de yer almaktadır.

Tablo 12: Afyonkarahisar İli Termal Turizmi SWOT Analize Yönelik Katılımcı Görüşlerinin Çalışılan Departmana Göre Karşılaştırılması

Gruplar	N	\bar{X}	s.s	F	P	
Güçlü yönler	Ön Büro	46	3.08a	0.91	3.311	0.000***
	Kat Hizmetleri	81	3.56b	0.89		
	Mutfak	51	3.71b	0.73		
	Restaurant-Bar	106	3.33c	0.77		
	Muhasebe	18	3.53b	0.90		
	Pazarlama / Halkla İlişkiler	25	3.54b	0.59		
	Teknik Servis	37	3.29c	0.90		
	Animasyon	21	3.68d	0.68		
	Termal Merkez	16	3.33c	0.94		
	Kür Merkezi	34	3.92e	0.81		
	Güvenlik	18	3.35c	0.85		
Zayıf yönler	Ön Büro	46	2.96	0.83	1.398	0.178
	Kat Hizmetleri	81	3.42	0.91		
	Mutfak	51	3.41	0.73		
	Restaurant-Bar	106	3.36	0.78		
	Muhasebe	18	3.27	0.87		
	Pazarlama / Halkla İlişkiler	25	3.38	0.72		
	Teknik Servis	37	3.09	0.74		
	Animasyon	21	3.26	0.68		
	Termal Merkez	16	3.28	0.88		
	Kür Merkezi	34	3.25	0.94		
	Güvenlik	18	3.29	0.78		
Fırsatlar	Ön Büro	46	3.06a	1.034	4.058	0.000***
	Kat Hizmetleri	81	3.59b	0.99		
	Mutfak	51	3.84cd	0.83		
	Restaurant-Bar	106	3.35b	0.89		
	Muhasebe	18	3.52b	1.12		
	Pazarlama / Halkla İlişkiler	25	3.74c	0.71		
	Teknik Servis	37	3.12a	0.97		
	Animasyon	21	3.78c	0.71		
	Termal Merkez	16	3.51b	0.99		
	Kür Merkezi	34	3.97d	0.92		
	Güvenlik	18	3.77c	0.91		
Tehditler	Ön Büro	46	2.83a	0.93	0.035	0.001**
	Kat Hizmetleri	81	3.49b	0.91		
	Mutfak	51	3.51b	0.76		
	Restaurant-Bar	106	3.26c	0.83		
	Muhasebe	18	3.33c	0.93		
	Pazarlama / Halkla İlişkiler	25	3.33c	0.58		
	Teknik Servis	37	3.10ac	0.71		
	Animasyon	21	3.40b	0.67		
	Termal Merkez	16	3.45b	0.90		
	Kür Merkezi	34	3.56b	0.79		
	Güvenlik	18	3.57b	0.78		

* $p<0.05$, ** $p<0.01$, *** $p<0.001$ *a.b.c.d.e*: farklı harfleri içeren gruplar arasındaki farklar önemlidir ($p<0.05$)

Tablo 12'deki sonuçlara göre Afyonkarahisar ili termal turizminin güçlü yönleri, fırsatları ve tehditlerine yönelik katılımcı görüşleri çalıştıkları departmanlara göre istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık gösterirken

($p < 0.05$), zayıf yönlerine yönelik görüşleri çalıştıkları departmana göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir ($p > 0.05$).

Varyans sonuçlarına göre istatistiksel açıdan anlamlı farklılık gözlenen boyutlarda farklılığın kaynağını tespit etmek için ise Duncan testi gerçekleştirilmiştir. Duncan testi sonuçlarına göre Afyonkarahisar termal turizminin güçlü yönleri faktörüne ilişkin katılımcı görüşleri 5 grupta farklılaşmıştır. Buna göre Afyonkarahisar termal turizmi güçlü yönlerine ilişkin olumlu görüşler kür merkezi departmanında en yüksek düzeydedir ($\bar{X} = 3.92$). Afyonkarahisar termal turizmi güçlü yönlerine ilişkin olarak diğer departmanlara nazaran daha az olumlu görüş belirten departman ise ön büro departmanıdır ($\bar{X} = 3.08$). Bu noktada kür merkezi çalışanlarının değerlendirmede termal vurgusunu ön planda tutması ve kür merkezi birimlerinin termal turizmde anahtar rol oynaması bu birimde çalışan personelin güçlü yönleri öne çıkarmasında etkili olan unsurlar olarak görülebilir.

Duncan testi sonuçlarına göre departmanlar bağlamında katılımcı görüşlerinin farklılık arz ettiği bir diğer SWOT faktörü fırsatlardır. Afyonkarahisar ili termal turizminin fırsatlarına yönelik en olumlu katılımcı görüşleri kür merkezi ($\bar{X} = 3.97$) ve mutfak ($\bar{X} = 3.84$) departmanlarında çalışanlar tarafından ifade edilmiştir. Ön büro ($\bar{X} = 3.06$) ve teknik servis ($\bar{X} = 3.12$) departmanında çalışan katılımcıların Afyonkarahisar ili termal turizmi fırsatlarına ilişkin görüşleri ise en olumsuz düzeydedir. Diğer yandan kür merkezi, mutfak, animasyon ve güvenlik departmanında çalışan katılımcılar diğer departmanlara nazaran Afyonkarahisar termal turizminin fırsatlar bakımından daha avantajlı olduğunu düşünmektedirler.

Afyonkarahisar ili termal turizminin SWOT analizine yönelik katılımcı görüşlerinin çalışılan departmanlara göre anlamlı farklılık arz ettiği bir diğer boyut tehditler faktörüdür. Nitekim farklılıkların tespiti amacıyla gerçekleştirilen Duncan testi sonuçlarına göre güvenlik ($\bar{X} = 3.57$) ve kür merkezi ($\bar{X} = 3.56$) departmanında görevli katılımcılar Afyonkarahisar ili termal turizminin tehditleri olduğunu en yüksek düzeyde belirten gruptur. Afyonkarahisar ili termal turizminin tehditleri olduğunu en az düzeyde belirten katılımcı grubu ise ön büro ($\bar{X} = 2.83$) ve teknik servis ($\bar{X} = 3.10$) departmanında çalışanlardır.

Araştırma kapsamında ankete cevap veren katılımcıların Afyonkarahisar termal turizminin SWOT analizine yönelik görüşlerinin bazı

demografik özelliklerine ve çalıştıkları departmanlara göre karşılaştığı analiz sonuçları değerlendirildiğinde:

- Zayıf yönlerin tespitinde katılımcıların yaş gruplarına göre farklı görüşler olduğu
- Güçlü yönler, fırsatlar ve tehditlerin tespitinde çalışılan departmana göre farklı görüşler olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

Sonuçlar doğrultusunda Afyonkarahisar ili SWOT analizine yönelik gerçekleştirilecek sonraki çalışmalarda özellikle termal otel işletmelerinde çalışan personele yer verilmesi ve departmanlar arası görüş farklılıklarının daha detaylı incelenmesi gereği ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla, bu alanda gerçekleştirilecek araştırmalarda elde edilen bulguların mevcut araştırma ile karşılaştırılarak, var ise farklılıkların gelecekte araştırılması gerekmektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Afyonkarahisar ili termal turizminin SWOT analizi ile değerlendirildiği bu çalışmada temel olarak Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan termal turizm işletme belgeli otellerde çalışan personelden Afyonkarahisar termal turizminin güçlü yönleri, zayıf yönleri, fırsatları ve tehditlerine ilişkin görüşlerini belirtmeleri istenmiştir. Katılımcı pozisyonundaki çalışanlardan elde edilen veriler ışığında istatistiksel analizler yapılarak ilgili literatür, sektör temsilcileri, turizmle ilgili kurumların yöneticileri ve genel olarak Afyonkarahisar halkı için önemli sonuçlara ulaşılmıştır.

Araştırmanın önemli bulgularının başında Afyonkarahisar ili termal turizmi için SWOT analizi faktörlerinin belirlenmesi gelmektedir. Katılımcılardan elde edilen bilgiler ışığında Afyonkarahisar ili için SWOT faktörleri tespit edilmiş ve her bir SWOT faktörü için en önemli olan 6 madde değerlendirmeye alınmıştır. Değerlendirme sonucunda Afyonkarahisar ili SWOT faktörleri aşağıdaki şekilde sıralanmaktadır.

a) Afyonkarahisar İli Termal Turizminin Güçlü Yönleri

- İl'in var olan termal turizm imajı
- İl'de sağlık turizmine uygun zengin doğal kaynakların varlığı
- Termal turizm alanında İl'in son yıllarda popülaritesinin artması
- İlin coğrafi konumu ve pazara/pazarlara yakınlık
- Devam eden termal turizm yatırımları
- İl insanının konukseverliği

b) Afyonkarahisar İli Termal Turizminin Zayıf Yönleri

- Termal turizmde kamu teşviklerinden yeterince yararlanamama
- İl'deki seyahat acentalarının misyonlarını yeterince gerçekleştirilememeleri
- Termal turizmde yaşanan finansman sorunları
- Turizm bilincinin yeterince gelişmemesi
- İl'deki kamu ve yerel yönetimlerin termal turizmin gelişimi açısından yeterli katkı sağlayamaması /istekli olmaması.
- Kurumlar arasında eşgüdümde görülen eksiklikler
- c) **Afyonkarahisar İli Termal Turizminin Fırsatları**
 - İl'de devam eden havaalanı yatırımının olması
 - Termal turizmin yılın on iki ayı yapılan bir turizm çeşidi olması
 - Termal turizme olan ilginin artması
 - İl'deki termal konaklama işletmelerinin sayı olarak gelişmesi
 - İl'deki termal konaklama işletmelerinin kalite olarak gelişmesi
 - İl'in kamuoyundaki "termal turizm başkenti" imajı
- d) **Afyonkarahisar İli Termal Turizminin Tehditleri**
 - Termal turizmde müşterilerin artan pazarlık güçleri
 - Yeni termal turizm bölgelerinin turizm pazarına girmesi
 - Seyahat acentalarının artan pazarlık güçleri
 - Kalifiye personelin diğer turizm bölgelerine göçü
 - İmar sorunlarının termal turizmi olumsuz yönde etkilemesi
 - Gelecekte doğal kaynakların ve çevrenin tahrip olma riski

Afyonkarahisar ili SWOT analizi sonuçlarına göre Afyonkarahisar ilinde termal turizmin sürdürülebilir kılınması ve Afyonkarahisar ilinin termal turizmde önemli bir destinasyon haline gelmesi için öncelikle termal turizm alanındaki zayıf yönlerinin iyileştirilmesi gerekmektedir.

Afyonkarahisar ili termal turizm alanındaki zayıf yönlerinin iyileştirilmesi kapsamında en önemli zayıf yön olarak belirtilen teşviklerden yeterince yararlanamama sorununun çözümü için öncelikle termal turizm alanında yatırım yapmayı düşünen girişimcilere bölgedeki ilgili kurum ve kuruluşlar tarafından bilgilendirici toplantılar yapılabilir. Diğer yandan mevcut tesislerin teşviklerden yararlanma düzeylerinin yükseltilebilmesi için bürokratik sürecin kısaltılması ve teşvik koşullarının daha cazip hale getirilmesi sunulabilecek bir diğer çözümdür.

Afyonkarahisar ilinde termal turizmde yaşanan finansman sıkıntılarının çözümü amacıyla prosedürlerin kısaltılması, ticari bankaların daha cazip olanaklar sunmasının sağlanması veya temel amacı termal

turizm alanında finansman hizmetleri olan kuruluşların yatırımcılarına orta ve uzun vadede etkin kredi kullanımı konusunda koşullar sağlanmalıdır.

Afyonkarahisar ili termal turizmine yönelik bir diğer zayıf yön olan İl'deki seyahat acentalarının misyonlarını yeterince gerçekleştirememeleri konusunda ise öncelikle Afyonkarahisar'da yatırım yapabilecek şahıslara teşvikler sağlanarak İl'de tur operatörü düzeyinde A Grubu işletme belgesine sahip birkaç seyahat acentası daha açılabilir. Alternatif olarak Türkiye'de ve Avrupa'da faaliyet gösteren büyük tur operatörleri ve seyahat acentalarının Afyonkarahisar'da şube açması yönünde lobicilik faaliyetleri gerçekleştirilebilir. Ayrıca otel işletmeleri ile mevcut seyahat acentaları arasında etkin iletişim sağlanmalıdır.

Zayıf yönlerin iyileştirilmesi kapsamında ele alınabilecek diğer çözümler ise kurumlar arasında eşgüdüm sorunlarının çözümü için dışarıdan profesyonel firmalara görev verilmesi, kamu kurum ve kuruluşlarının termal turizm gelişim stratejisi içerisinde katılımcı kimlik kazandırılarak aktif rol almasının sağlanması (bu amaçla kamu-özel sektör ortaklığıyla işletmeler kurulabilir) ve yerel halka termal turizmin getirilerinin ve gelecek dönemde kazanacağı öneminin etkin şekilde anlatılarak termal turizm bilincinin oluşması sağlanmalıdır.

Katılımcı görüşleri doğrultusunda Afyonkarahisar ili termal turizmi için tehdit olarak değerlendirilen hususlar bölgenin geleceği için üzerinde önemle durulması gereken bir diğer hususu teşkil etmektedir. Bu kapsamda öncelikle katılımcı görüşleri doğrultusunda en önemli tehdit unsuru olarak görülen müşterilerin artan pazarlık gücü konusunda çözüm stratejileri geliştirilmelidir. Bu amaçla termal otel işletmelerinde hizmet konseptlerinin geliştirilerek çeşitlendirilmesi, bölgedeki otel işletmelerinin bir araya gelerek ortak fiyat uygulamasına geçmesi, seyahat acentaları ve konaklama işletmelerinin termal için talep yaratma aşamasında ortak hareket etmeleri gibi stratejiler oluşturulmalıdır.

Afyonkarahisar ili termal turizmi için bir diğer önemli tehdit unsurunu oluşturan yeni termal turizm bölgelerinin pazara girmesi konusunda ise öncelikle İl'in sahip olduğu "termal turizmin başkenti" imajı sürekli olarak tanın ve pazarlamada kullanılarak güçlendirilmelidir. Diğer yandan pazara yeni giren termal turizm bölgelerine yönelik ayrıntılı SWOT analizleri gerçekleştirilerek rakip konumundaki bu bölgelerin zayıf yönleri birer fırsat haline dönüştürülmelidir. Rakiplerin analizi sonucunda elde edilecek fırsatlar ise pazarlamada etkin ve agresif olarak kullanılmalıdır.

Afyonkarahisar ili SWOT analizi sonuçlarına göre bir tehdit unsuru olan seyahat acentalarının pazarlık güçlerinin artması konusunda ise konaklama işletmelerinin ortak hareket ederek seyahat acentalarına karşı güçlü konuma gelmeleri gerekmektedir. Bu kapsamda gerektiği takdirde konaklama işletmeleri kendi seyahat acentalarını oluşturarak tek elden pazarlama ve tanıtım faaliyetleri gerçekleştirmelidirler.

Tehditlerin önlenmesi kapsamında kalifiye personelin diğer bölgelere göçünün önlenmesi için ise termal turizm işletmelerinin ücret politikalarında iyileştirmeler yapması, personel motivasyonu konusu üzerine eğilmeleri, İl'deki turizm alanında eğitim veren ortaöğretim ve yükseköğretim kurumları ile koordinasyon sağlamaları, bu kurumlardan personel istihdamına yönelmeleri ve son olarak işletmelerin personele kendi bünyelerinde konaklama imkanı sunmaları gerekmektedir.

Afyonkarahisar ili termal turizminin geliştirilmesi ve gelecekte önemli bir destinasyon haline gelebilmesi için SWOT analizinde tespit edilen fırsatlardan en yüksek düzeyde yararlanılması gerekmektedir. Bu amaçla bölge için en önemli fırsat niteliğini taşıyan uluslararası havaalanı yatırımının da bitip, faaliyete geçtiği günümüzde yurtdışı pazarlama faaliyetlerine en kısa sürede başlanmalı ve sözleşmeler yapılmalıdır.

Yukarıdaki açıklamalardan da görüleceği üzere Afyonkarahisar ili termal turizminin sürdürülebilir gelişimi için gerek kamu gerekse sivil tüm taraflara önemli görevler düşmektedir. Bu aşamada ilk olarak yerel halk termal turizmin bölgedeki gelişim trendi ve geleceğe yönelik stratejiler konusunda bilgilendirilmeli ve geleceğe yönelik planlamalarda aktif katılımı sağlanmalıdır. İl'de bulunan üniversite ise bölgenin ulusal ve uluslararası termal turizm potansiyelini detaylı araştırmalarla ortaya koymalı, ayrıca bölgedeki işletmelere nitelikli personel yetiştirilmesi konusunda aktif rol almalıdır. Afyonkarahisar ili termal turizmüne yönelik daha detaylı ve güncel çalışmalar gerçekleştirilerek sektör temsilcileri ve kamu kurumları ile paylaşılmalıdır.

Kaynakça

- Avcıkurt C. ve Çeken, H. (1998). *Dünyada ve Türkiye'de Sağlık Turizmi ve Geliştirilmesi*, Turizm Geliştirme ve Eğitim Vakfı Turizmde Seçme Makaleler: 30, İstanbul: Turizm Geliştirme ve Eğitim Vakfı Yayını No: 47.

- Belkayalı, N. (2009). *Yalova Termal Kaplıcalarının Rekreatif ve Turizm Amaçlı Kullanımının Ekonomik Değerinin Belirlenmesi*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Bayar, E. (1997). *Türk Termal Turizm Potansiyeli ile Tesisleri ve Bir Uygulama*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Dal, F. (2007). *The Reasons and Suggested Solutions of Underdevelopment of Thermal Tourism in Turkey*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İzmir İleri Teknoloji Enstitüsü Mühendislik ve Fen Bilimleri Enstitüsü, İzmir.
- Doğaner, S. (2001). *Türkiye Turizm Coğrafyası*, (3. Baskı), Çizgi Kitabevi, Konya.
- Durgun, A. (2007). Isparta Turizminin SWOT Analizi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3 (5), 93-109, Isparta.
- Emir, O. (2011). *Turizmde SWOT Analizi (Afyonkarahisar Örneği)*, Detay Yayıncılık, Ankara
- Erhan, Ş. M. (2010). *Türkiye’de Termal Turizmin Gelişimi, Termal Turizm Tesislerinin Tasarım Kriterleri (Afyonkarahisar İli Örneği Üzerinden İncelenmesi)*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Georgiev, G. ve Vasileva, M. (2010). Some Problems Related to the Definitions of Balneo, SPA and Wellness Tourism. *Tourism and Hospitality Management Conference Proceedings*, 902-909.
- Gökçe, F. (2006). *Yerel Destinasyonlarda Turizm Potansiyelinin Belirlenmesinde SWOT (FÜTZ) Analizi Tekniği: Giresun Örneği*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Hatay.
- Kozak, N., Kozak, M. A. ve Kozak, M. (2008). *Genel Turizm: İlkeler-Kavramlar*. (5. Baskı), Detay Yayıncılık, Ankara.
- Külekçi, Ö. C. (2009). *Çankırı Çavundur Termal Kaynaklarının Yöresel Turizm Potansiyeli Kapsamında Değerlendirilmesi*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2011). *Genel Tanımlar*, 12.01.2011 <http://www.ktbayatirim.isletmeler.gov.tr/belge/1-43566/genel-tanimlar.html>.

- Özdemir, Ş., (Editör), *Termalin Başkenti Afyonkarahisar*, Afyon Kocatepe Üniversitesi Basın Yayın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü, Afyonkarahisar
- Özdilek, Ç. (2000). *Termal Turizmin Değerlendirilmesinde Sportif Faaliyetlerin Yeri ve Önemi "Kütahya İli Örneği"* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.
- Öztürk, Y. ve Yazıcıoğlu, İ. (2002). Gelişmekte Olan Ülkeler İçin Alternatif Turizm Faaliyetleri Üzerine Teorik Bir Çalışma. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2, 183-195, Ankara.
- Radnic, R. A., Gracan, D. ve Fister, M. (2009). Repositioning of Thermal SPA Tourism of North-West Croatia in Accordance With The European Thermal SPA Tourism Trends. *Tourism and Hospitality Management*, 15 (1), 73-84.
- Sandıkçı, M. (2008). *Termal Turizm İşletmelerinde Sağlık Beklentileri ve Müşteri Memnuniyeti*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar.
- Subramoniam, S., Al-Essai, S. A. N., Al-Marashadi, A. A. M. ve Al Kindi, A. M. (2010). SWOT Analysis on Oman Tourism: A Case Study. *Journal of Economic Development, IT, Finance and Marketing*. 2 (2), 1–22.
- Terzioğlu, H. S. (2009). *Türkiye’de Termal Turizm ve Nevşehir-Kozaklı Kaplıcası İncelemesi*, 4. Sınıf Dönem Projesi, Başkent Üniversitesi Turizm ve Otelcilik Bölümü, Nevşehir.
- Toy, S., Çatakçı, S., Eymirli, E. B. ve Karapınar M. (2010). *Erzurum Termal Turizm Potansiyeli*. Kuzeydoğu Anadolu Kalkınma Ajansı Turizm Raporları No:3, Erzurum.
- Tunç, A. ve Saç, F. (1998). *Genel Turizm: Gelişimi ve Geleceği*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Unutmaz, G. (1994). *Kaplıca Turizmi*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Ülker, İ. (1988). *Türkiye’de Sağlık Turizmi ve Kaplıca Planlanması*.; Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları, Ankara.
- Wickramashinghe, V. ve Takano, S. (2009). Application of Combined SWOT and Analytic Hierarchy Process (AHP) for Tourism Revival Strategic Marketing Planning: A Case of Sri Lanka Tourism. *Journal of Eastern Asia Society for Transportation Studies*. 8.