



# Türk Turizm Araştırmaları Dergisi

2019, 3(3): 236-244.

DOI: 10.26677/TR1010.2019.157

ISSN: 2587-0890 Dergi web sayfası: <https://www.tutad.org>



## ARAŞTIRMA MAKALESİ

### SPA Ziyaretçilerini Motive Eden Unsurların Demografik Özelliklere Göre İncelenmesi<sup>1</sup>

Dr. Yunus TOPSAKAL

Adana Bilim ve Teknoloji Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Turizm İşletmeciliği, Adana. e-posta: [topsakal.yunus@gmail.com](mailto:topsakal.yunus@gmail.com)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3202-5539>

Dr. Öğr. Üyesi Pınar ÇELİK

Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Fakültesi, Turizm İşletmeciliği, Antalya. e-posta: [pinarcelik@akdeniz.edu.tr](mailto:pinarcelik@akdeniz.edu.tr)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0599-4086>

## Öz

Günümüzde SPA (salus per aqua) sektörü kentleşme, gürültü, hava kirliliği, stres ve hızlı yaşlanma gibi nedenlerden dolayı büyümeye başlamıştır. Çünkü ziyaretçiler tatil esnasında zihnen ve bedenen rahatlamak, dinlenmek ve tedavi amacıyla konakladıkları tesislerde sunulan SPA hizmetlerinden yararlanmaktadır. Fakat ziyaretçileri SPA hizmeti almak için motive eden unsurlar ve beklentiler yaş gibi demografik özelliklere göre farklılaşabilmektedir. Bundan dolayı, konaklama tesislerinde sunulan SPA hizmetlerinin emtialaşmadan kurtulup farklılaşması gerekmektedir. SPA sektörü büyümesine rağmen, literatürde bu pazarı daha iyi anlamak için çok kısıtlı çalışma yapılmıştır. Bu bağlamda araştırmanın amacı, ziyaretçilerin tatil esnasında otel SPA deneyimlemeye motive eden unsurların yerli ziyaretçi, yabancı ziyaretçi ve yaş gibi demografik özelliklere göre belirlenmesidir. Çalışmada SPA deneyimi için motivasyon ölçeği kullanılmıştır. Veriler Mayıs 2018'de Antalya'da faaliyet gösteren beş yıldızlı otel SPA'sı kullanan ziyaretçilere gönüllülük esasına göre uygulanan anket ile toplanmıştır. Toplam 140 anket çalışmada kullanılmıştır. Sonuçlara göre en yüksek algıya sahip olan ifade 'ruhsal refahlık aramak' ifadesiyken, en az algıya sahip ifade ise 'modaya uygun biri olarak görülmek' ifadesidir. Son olarak bulgular temelinde uygulamaya yönelik önerilerde bulunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** SPA, Ziyaretçi Motivasyonu, Otel, Antalya.

**Makale Gönderme Tarihi:** 23.10.2018

**Makale Kabul Tarihi:** 02.07.2019

## Önerilen Atıf:

Topsakal, Y. ve Çelik, P. (2019). SPA Ziyaretçilerini Motive Eden Unsurların Demografik Özelliklere Göre İncelenmesi, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(3): 236-244.

© 2019 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.

<sup>1</sup> Bu çalışma 19. Ulusal Turizm Kongresinde sözlü olarak sunulmuş ve bildiri kitabına basılmıştır.



## RESEARCH PAPER

### **Investigation the Motivating Factors of the SPA Visitors by Demographic Characteristics**

Dr. Yunus TOPSAKAL

Adana Science and Technology University, Faculty of Management, Tourism Management, Adana. e-mail: [topsakal.yunus@gmail.com](mailto:topsakal.yunus@gmail.com)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3202-5539>

Asst. Prof. Dr. Pınar ÇELİK

Akdeniz University, Faculty of Social Science, Tourism Management, Antalya. e-mail: [pinarcelik@akdeniz.edu.tr](mailto:pinarcelik@akdeniz.edu.tr)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0599-4086>

#### **Abstract**

Nowadays, the SPA (salus per aqua) sector has started to grow due to rapid urbanization, noise pollution, air pollution, stress and aging. During the holidays, visitors benefit from SPA services offered in the facilities where they stay to relax and treatment. However, the factors that motivate visitors to buy SPA services and visitors expectations can vary according to demographic characteristics such as age. Therefore, SPA services offered at the accommodation facilities should be differentiated from the similar products. Despite the growth of the SPA sector, limited study has been done in the literature to better understand this market. In this context, the aim of the study is to determine the factors that motivate visitors to experience the hotel SPA during the holidays according to demographic characteristics such as local visitors, foreign visitors and ages. Motivational scale was used to measure SPA experience. The data were collected by a survey that conducted on a voluntary basis in May 2018 in Antalya. A total of 140 questionnaires were used in the study. According to the results, the expression with the highest perception is 'seeking spiritual prosperity', while the least perception is 'to be seen as fashionable place' Finally, practical suggestions were made on the basis of the findings.

**Keywords:** SPA, Visitor Motivation, Hotel, Antalya

**Received:** 23.10.2018

**Accepted:** 02.07.2019

#### **Suggested Citation:**

Topsakal, Y. and Çelik, P. (2019). Investigation the Motivating Factors of the SPA Visitors by Demographic Characteristics, *Journal of Turkish Tourism Research*, 3(3): 236-244.

© 2019 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.