



Türkiye'nin Sağlık Turizminde Tercih Edilme Nedenleri Üzerine Bir Çalışma: Medikal Turizm Endeksi

Uygar Üstün^{1*}, Yeter Demir Uslu²

1* İstanbul Medipol Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Sağlık Yönetimi Bölümü, İstanbul, Türkiye, (ORCID: 0000-0002-7574-5918), uygar@uygarustun.com

2 İstanbul Medipol Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Sağlık Yönetimi Bölümü, İstanbul, Türkiye (ORCID: 0000-0002-8529-6466), yuslu@medipol.edu.tr

(İlk Geliş Tarihi 8 Kasım 2021 ve Kabul Tarihi 26 Ocak 2022)

(DOI: 10.31590/ejosat.1020647)

ATIF/REFERENCE: Üstün, U. ve Demir Uslu, Y. X. (2022). Türkiye'nin Sağlık Turizminde Tercih Edilme Nedenleri Üzerine Bir Çalışma: Medikal Turizm Endeksi. *Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi*, (33), 344-353.

Öz

Sağlık turizmi, küresel düzeyde gelişen ve ülke ekonomileri açısından stratejik bir sektör haline gelmekte olan bir alandır ve bu yönüyle sağlık turizmi ekonominin itici motoru olarak kabul edilmektedir. Bu çalışmada Türkiye'nin ülke bazında ve sağlık turizmi destinasyonu olarak tercih edilmesinde etkili olan faktörler belirlenerek, Türkiye'deki mevcut durumun ortaya konulması amaçlanmaktadır. Bu amaçla tercih edilen Medikal Turizm Endeksi, 4 boyuttan oluşmaktadır ve bu dört boyutla sağlık turizm destinasyon tercihleri açıklanmaktadır. Farklı ülkelerden Türkiye'yi sağlık turizmi için tercih eden 42 katılımcıyla mülakatlar yapılmıştır. Yapılan içerik analizi sonucunda temalar (itici ve çekici faktörler) ortaya çıkarılmıştır. Yapılan uygulama sonucunda, Türkiye'yi sağlık turizmi amacıyla tercih eden hastaların sırasıyla; sağlık tesis ve hizmetleriyle ilgili faktörler, Türkiye'nin turizm destinasyonu olması, Türkiye'deki sağlık maliyetlerinin uygun olması ve çevresel faktörlerden etkilendiği görülmektedir. Bu bulgular ışığında öncelikle sağlık tesislerimizin ve uzman doktorlarımızın kalitesinin ön plana çıkarılması ve tanıtılması; Türkiye'nin turizm potansiyelinin sağlık turizmine imkân vereceğinin vurgulanması, daha sonra uygun fiyat ve çevresel faktörler üzerinde durulması önerilebilir.

Anahtar Kelimeler: Sağlık Turizmi, Medikal Turizm Endeksi, İtici ve Çekici Faktörler.

A Study on the Reasons Why Turkey is Preferred in Health Tourism: Medical Tourism Index

Abstract

Health tourism is an area that is developing at a global level and is becoming a strategic sector in terms of national economies, and in this aspect, health tourism is considered the driving engine of the economy. In this study, the factors that affect the destination preferences of international health tourists who prefer Turkey were focused on. For this purpose, the preferred Medical Tourism Index consists of 4 dimensions and health tourism destination preferences are explained with these four dimensions. Interviews were conducted with 42 participants from different countries who preferred our country for health tourism. As a result of the content analysis, themes (pushing and pulling factors) were revealed. The analysis show that patients who prefer our country for health tourism purposes are affected by factors related to health facilities and services, as Turkey being a tourist destination, as well as health costs in Turkey are affordable and environmental factors, respectively. In the light of the findings of this study, it may be suggested that the quality of our health facilities and specialist doctors should be highlighted and promoted first; that the tourism potential of our country will enable health tourism, and then focus on cost factors and environmental factors should be emphasized.

Keywords: Medical tourism, Medical Tourism Index, Pushing and Pulling Factors.

* Sorumlu Yazar: uygar@uygarustun.com

1. Giriş

Önemli gelir kaynaklarından olan sağlık turizmi, insanların sağlık hizmeti alma amacıyla farklı ülkelere seyahat etmesidir (Kördeve, 2016: 53). Sağlık turizminde mevsimlik dalgalanmalar olmadığı için daha avantajlı bir turizm alanıdır (Ağaoğlu vd., 2019: 432). Sağlık turizmi Türk ekonomisi açısından giderek payını artırmakta ve giderek daha popüler bir hale gelmektedir (Aydın ve Karamehmet, 2017: 20). Gelişmiş ülkelerin bütçelerinde ciddi bir yük oluşturan sağlık harcamalarının beklemeden ve daha tasarruflu bir şekilde yürütülmesi için kaliteden ödün verilmeden uygun maliyetle yerine getirilmesi önem kazanmaktadır (Özsarı ve Karatana, 2013, s.140). Sağlık turizminin bu derece popüler hale gelmesinde gelişmiş ülkelerdeki bekleme sürelerinin uzun olması ve tedavi maliyetlerinin yüksek olması gibi faktörler etkili olmaktadır (Bookman ve Bookman, 2007; Lunt ve Carrera, 2010; Aktepe, 2013: 172). Sağlık turizminde dinlenme ve eğlenme yanında isteğe bağlı sağlık hizmetlerinin alınması söz konusudur (Özdemir vd., 2017: 59).

Bu ve benzeri gerekçelerle özellikle gelişmiş ülkelerdeki sağlık turistleri, gelişmekte olan ama sağlık hizmet standartları yeterli olan farklı ülkelere seyahat ederek sağlık turizmini geliştirmektedirler (Turner, 2007; Gündüz vd., 2018: 720). Destinasyon sağlık tesisi yöneticilerinin, farklı sağlık turistlerinin ihtiyaç ve beklentilerini dikkate alarak, gerekli sağlık hizmetlerini geliştirmesi gerekmektedir (Wongkit ve McKercher, 2016: 14). Sağlık turistlerinin destinasyon tercihi yapılırken öncelikle ülke tercihi ve o ülkede yer alan sağlık tesis tercihlerini yapmaları beklenir (Sevim ve Sevim, 2019: 633).

Bu çalışmanın temel amacı, Türkiye'nin ülke bazında ve sağlık turizmi destinasyonu olarak tercih edilmesinde etkili olan faktörlerin belirlenmesi ve böylece ülkemizdeki mevcut durumun ortaya konulmasıdır. Yapılacak mülakatlar sonucu elde edilecek nitel veriler analiz edilerek uluslararası sağlık turistleri tarafından sağlık tesislerinin tercih edilmesinde etkili olan faktörler, literatürden yararlanılarak belirlenen modele göre analiz edilecektir. Bu şekilde sağlık turistlerinin sağlık turizm tesisi (destinasyon) tercih ve seçim süreci, Medikal Turizm Endeksi (Fetscherin ve Stephano, 2016) yardımıyla nitel olarak test edilmiştir. Medikal Turizm Endeksi modeli, sistematik ve çok boyutlu bir model olduğu için tercih edilmiştir. Bu model yardımıyla, uluslararası sağlık turizmi ülke ve tesislerinin (destinasyonunun) tercih edilmesinde etkili olan faktörler ortaya konulmaktadır. Yapılan analizler sonucunda, elde edilecek bulgularla hem akademik olarak hem de uygulama düzeyinde ülkemizin sağlık turizmi potansiyeli değerlendirilmiş olacaktır.

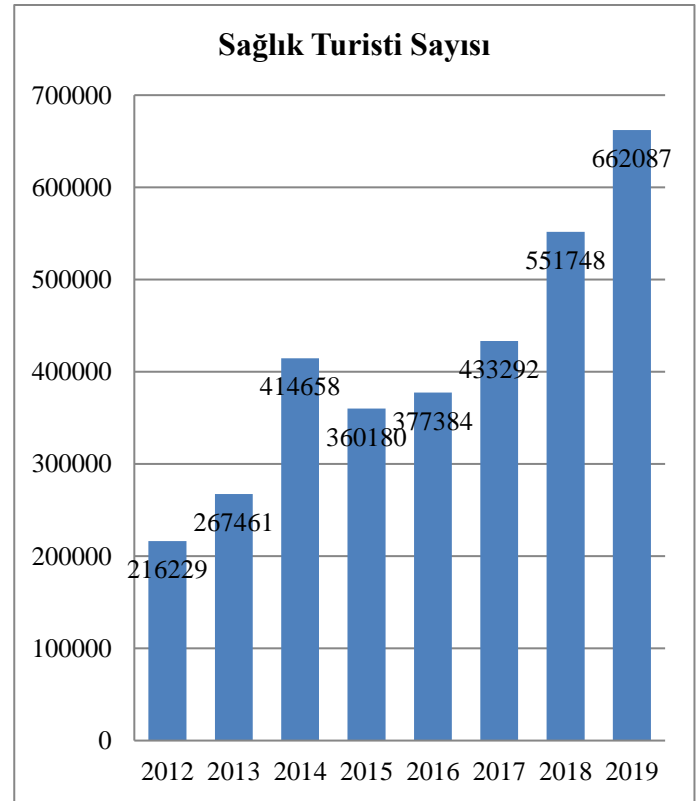
2. Sağlık Turizmi

2.1. Türkiye'de Sağlık Turizmi

Sağlık turizmi, küresel düzeyde gelişen ve ülke ekonomileri açısından stratejik bir sektör haline gelmekte olan bir alandır ve bu yönüyle sağlık turizmi ekonominin itici motoru olarak kabul edilmektedir (Fuchs ve Reichel, 2010; Drinkert ve Singh, 2017; Ögüt vd., 2018). Sağlık turizminin ulusal ekonomiler açısından çarpan etkisine sahip olduğu ifade edilmektedir (Ağaoğlu vd., 2019: 432). Sağlık turizminin gelişmesini hızlandıran faktörler gelişmeler arasında ekonomik gelirlerin artması, ulaşım olanaklarının gelişmesi, daha yaşlı nüfus yapısı ve elektronik

ticaretin yaygınlaşması gibi faktörler başta gelmektedir (Smith ve Forgione, 2007; Drinkert ve Singh, 2017).

Dünya ekonomisinde turizm sektörü ve sağlık turizmi sektörünün payı giderek artmaktadır. Pandemi döneminde duraklama olmakla birlikte gelecekte de bu gelişmelerin ve büyümenin süreceği söylenebilir. Türkiye'de 2018 yılı verilerine göre, 551.748 hastanın sağlık turizmi hizmetlerinden faydalandığı görülmektedir. 2018 yılında Türkiye'yi sağlık turizmi destinasyonu olarak tercih eden ülkeler arasında Azerbaycan, Almanya ve Irak başta gelmektedir (Almanya'dan gelenlerin büyük kısmının gurbetçi Türkler olduğu da unutulmamalıdır). 2018 yılında sağlık turistleri öncelikle İstanbul, Ankara, Antalya, İzmir, Yalova ve Erzurum gibi destinasyonları tercih etmektedir. 2018 yılı içinde 1 milyar 110 milyon 843 bin dolar sağlık turizmi geliri elde edilmiştir (<https://www.ushas.com.tr/saglik-turizmi-verileri/>). Türkiye'de sağlık turizmi sektörü 2019 yılında da gelişmeye devam etmiş ve 662.087 sağlık turisti Türkiye'ye gelerek hasta sağlık hizmeti almıştır. 2019 yılında Türkiye'ye gelen sağlık turistleri daha çok Irak, Azerbaycan ve Türkmenistan vatandaşlarından oluşmaktadır. 2019 yılı sağlık turizmi gelirleri ise pandeminin etkisiyle 1 milyar 65 milyon 105 bin dolar olarak gerçekleşmiştir. 2020 yılında da bu gelişmeler devam ederek yılın 3 aylık döneminde 143.266 hasta sağlık hizmeti almış ve sağlık turizmi gelirleri 187 milyon 955 bin dolar seviyesine ulaşmıştır (<https://www.ushas.com.tr/saglik-turizmi-verileri/>). Türkiye'ye sağlık turizmi amacıyla gelen turistlerin sayısındaki yıllar itibarıyla artış Şekil 1'de görülmektedir:



Şekil 1: Türkiye'ye Gelen Sağlık Turisti Sayısı (Figure 1: Number of Health Tourists Coming to Turkey), Kaynak: TÜİK, 2019.

Şüphesiz ki Türkiye'nin sağlık kalite standartlarını sürekli artırmasının etkisiyle sağlık turizmi sektörü gelişmektedir. Bunun yanında Türkiye'ye sağlık hizmetlerinin ulaşılabilir olması ve bekleme sürelerinin kısa olması ve vize almanın görece kolay olması gibi faktörler de bu gelişimi desteklemektedir (Gür Omay

ve Cengiz, 2013; Yılmaz vd., 2020). Türkiye'nin sağlık turizminde avantajlı konumunu güçlendiren coğrafi olarak ulaşılabilir ve merkezi bir yerde olması, devletin teşvik edici politikaları ve sağlıkta dönüşüm programı gibi faktörler de etkili olmaktadır. Sağlık turizmi Türkiye açısından en önemli ve gelecek vadeden bir sektöre dönüşmüştür (Öğüt vd., 2018: 57). Türkiye'de sağlık turizmi sektörünün geliştirilmesi için özel sağlık kuruluşları ve turizm kuruluşlarının devletin koordinatörlüğünde yapacakları stratejik planlamaya, geliştirecekleri politika ve yatırımlarına ihtiyaç duyulmaktadır (Özkan, 2019: 50).

2.2. Sağlık Turizmini Yönlendiren Faktörler

Sağlık turizminin gelişmesini sağlayan faktörler arasında özellikle gelişmiş ülkelerdeki sağlık harcamalarının artmasının ve bütçede büyük yük oluşturmasının önemi üzerinde durulmuştur. Özellikle gelişmiş ülkelerde, sağlık harcamalarının yüksek maliyet anlamına gelmesi sonucu hem birey bazında hem de ekonomi bazında sağlık hizmetleri giderek daha pahalı hale gelmektedir (Connell, 2006; Deloitte, 2009; Eissler ve Casken, 2013: 181). Sağlık turizmüne iktisadi anlamda arz ve talep dengesi olarak bakıldığında daha anlamlı sonuçlara ulaşılabilir. Bu çerçevede Heung vd. (2010: 244) tarafından önerilen modelden bahsedilebilir. Heung vd. (2010) tarafından önerilen modelde sağlık turizmi sektörünün arz ve talebe ilişkin aktör ve değişkenleri yer almaktadır. Bu modele göre sağlık turizminin merkezinde sağlık hizmeti ihtiyacının ortaya çıkması başta olmak üzere taleple ve buna karşılık üretilen arzla ilgili içsel ve dışsal faktörlerin dengesi yer almaktadır.

Küresel düzeyde ulaşım imkânlarının artması ve ulaşılabilir hale gelmesi de sağlık turizmini geliştiren önemli faktörler arasındadır. Sağlık turizminde sadece zorunlu sağlık hizmetleri değil isteğe bağlı ve kozmetik sağlık hizmetleri de önemli yer tutmaktadır (Aydın ve Karamehmet, 2017: 7). Türkiye uzun bekleme sürelerinin olmaması avantajını da kullanarak bu alanda önemli bir sağlık turizmi destinasyonu haline gelmiştir. Gelişmekte olan sağlık turizmi sektöründe, sosyal güvenlik ve sigortacılık ve özellikle özel hayat sigortası gibi alanlardaki gelişmeler de etkili olmaktadır. Gelişmekte olan ülkelerin başı çektiği sağlık turizmi ana oyuncularını olan ülkeler, son teknolojiyle donattıkları sağlık hizmetlerini kullanmayı fayda ve maliyet analizi anlamında da çekici hale getirmektedirler (Kurutkan ve Köse, 2021). İtici ve çekici faktörlerin etkisiyle sağlık turizmüne olan genel talep sürekli artmaktadır. Sağlık turizmi alanında çalışan profesyonel turizm acentelerinin sayısının da artmasıyla birlikte; uçak bileti, konaklama, transferler ve tedavi sonrası tatili de içeren sağlık turizmi paketleri oluşturulmaktadır (Bookman ve Bookman, 2007: 2).

Sağlık turizmi sektörünün gelişmesinde birçok faktör etkilidir ve faktörler kısaca aşağıdaki gibi özetlenebilir (Örneğin Connell, 2006; Laing ve Weiler, 2008; OECD, 2012; Eissler ve Casken, 2013). Sağlık hizmetlerinin yüksek maliyette ve uzun bekleme süreleriyle ulaşılabilirdiği gelişmiş ülkelerin vatandaşları makul ve ulaşılabilir seyahat giderlerini kullanarak yüksek kalite standartlarına sahip gelişmekte olan ülkelerin sağlık hizmetlerinden yararlanmaktadırlar. Bunun yanında estetik ve kozmetik amaçlı ikincil sağlık hizmetlerinin talep görmesiyle birlikte gelişmiş sağlık turizm operasyonları ve bilgi teknolojilerinin gelişmesinin yanında devletlerin bu alandaki destekleri de artmaktadır (Yalçınkaya ve Dilber, 2015: 191; Bostan ve Yalçın, 2016: 1730; Aydın ve Karamehmet, 2017: 5; Kılıçarslan, 2019).

2.3. Uluslararası Sağlık Tesisi Seçimini Etkileyen Faktörler

Dünyadaki ekonomik gelişmelere paralel olarak tüketiciler daha fazla seyahat etme imkânına kavuşmaktadır. Tatil yapmak bir ihtiyaç olarak algılanırken sağlık hizmetleriyle birlikte değerlendirilmektedir. Seyahat etme ihtiyacı hisseden ve seyahat etmek isteyen destinasyon, lokasyon, kalite ve mahremiyet gibi pazarlama karması elemanlarına daha fazla önem vermektedirler (Garcia-Altes, 2005; Horowitz & Rosensweig, 2007). Sağlık turizminde destinasyonda sunulan sağlık hizmetleri ile turizm operasyonu arasındaki bağlantının sağlanması rekabetçiliği artıracaktır (Lagiewski & Myers, 2008: 5).

Sağlık turistlerinin destinasyon seçimi üzerine çok sayıda model önerilmiştir. Önceleri önerilen rasyonel karar verme, zaman/seri analizleri gibi ekonometrik modeller, sağlık turizmi destinasyon özellikleri ile sağlık turistlerinin algı ve düşüncelerini ihmal ettiği için eleştirilmektedir (Aydın ve Karamehmet, 2017: 3). BU konuda yapılan çalışmalar yetersiz ve genelde teorik düzeydedir (Johnston vd., 2010; Hopkins vd., 2010). Sağlık turistlerinin farklı özelliklere sahip olduğu göz ardı edilmektedir (Johnston vd., 2010; Wongkit ve McKercher, 2013; Johnson vd., 2015; Eşiyok vd., 2017).

Turizm sektöründe genel olarak turistlerin destinasyon tercihleri ve karar verme süreçleri eskiden beri araştırılmaktadır (Woodside ve Lysonski, 1989). Örneğin Heung vd., (2011) kantitatif bir model önermişlerdir. Buna göre sağlık turizminde var olan engellerin ortadan kaldırılması amacıyla tanıtım ve tutundurma politikaları önerilerek, hükümetin sağlık turizmi yatırımlarını teşvik etmesi ve turizm sektöründeki paydaşların dayanışma içerisinde olması sağlanmalıdır (Heung vd., 2010: 995). Bir başka modelde, Bookman ve Bookman (2007) sağlık turizminde etkili olan faktörler arasında coğrafi mesafe, kültürel yakınlık, medikal uzmanlaşma ve tanınırlık faktörlerini saymaktadır. Kültür yakınlık fiziksel yakınlıktan farklı ve daha etkili bir faktördür (Liu vd., 2018: 300). Daha sonra ortaya atılan çok sayıda model benzer faktörleri kullanmaktadır (Smith ve Fergione, 2007; Kalshetti ve Pillai, 2008; Glinos vd., 2010; Menvielle vd., 2011; Kumar vd., 2012; Wong vd., 2014; Hanefeld vd., 2015; Temizkan ve Konak, 2018; Rahman, 2019).

Sağlık turizmi alanındaki hızlı gelişmelere karşılık sağlık turizmi destinasyon seçimi konusunda yeterince ampirik araştırma olmadığı düşünülebilir. Bu eksikliğin sebebi destinasyona özgü olan istatistiksel olarak geçerli ve güvenilir ölçüm yöntemlerinin olmaması olabilir (Riefler vd., 2012). Bu amaçla ortaya atılan davranışsal gizli modeller ve tutumsal modeller mevcuttur. Davranışsal gizli seçim modellerinde, tüketicilerin seçim davranışları, farklı destinasyon alternatifleri seti olarak ele alınmaktadır (Aydın ve Karamehmet, 2017: 3; Atadil vd., 2017). Destinasyon seçim modellerinin birçoğu turistleri rasyonel davranan bireyler olarak kabul etme eğilimindedir ve böylece fayda maksimizasyonu sağlanmaya çalışılır (Aydın ve Karamehmet, 2017: 4). Bu konuda yapılan çalışmalarda algılanan özellikler şeklindeki destinasyon imajı üzerinde durulur ve bilişsel ve duygusal davranış modellerine dayanır.

2.4 Türkiye'nin Sağlık Turizminde Tercih Edilme Nedenleri

Sağlık turizmi alanında yapılan araştırmalara bakıldığında, bu konuda ön planda olan bir çok ülkedeki sağlık turizmi

faaliyetleri dikkate alınırken, bu alanda rekabetçi ülkelerden birisi olan Türkiye üzerinde yeterince araştırma yapılmamış görünmektedir (Aydın ve Karamehmet, 2017: 3). Türkiye üzerine yapılmış olan nadir çalışmalardan birisi olan Zengingönül vd. (2012), uluslararası sağlık turizminde destinasyon tercihini etkileyen faktörler arasında sağlık hizmeti kalite düzeyi, maliyet avantajları, turizm imkanları, tanıdık ve arkadaş tavsiyesi ve kültürel özelliklerin önemli olduğunu sonucuna ulaşmışlardır (Zengingönül vd., 2012). Bir başka çalışmada ise, Türkiye'ye Orta Doğu bölgesinden sağlık turizmi için gelenlerin destinasyon tercihlerini etkileyen faktörler araştırılmıştır (Yıldız ve Khan, 2019).

Gündüz vd. (2019: 717) ise Türkiye'yi sağlık turizmi destinasyonu olarak seçen sağlık turistlerinin karar almasını etkileyen faktörleri çekim modeli ile açıklamaktadır. Bu sonuç, literatürdeki seçim modellerinde yer alan fiziki yakınlık, vize kolaylıkları düşük maliyet ve ulaşılabilirlik faktörlerinin uygulamada etkili olduğunu göstermektedir. Çekici faktörlerin sağlık turistlerinin destinasyon tercihinde etkili olduğu ve bu yönüyle Türkiye'deki sağlık turizmi sektörü en başta coğrafi konumu avantajını kullanarak Ortadoğu, Avrupa ve Afrika'ya ulaşabilme potansiyeline sahip olduğu görülmektedir (Altın vd., 2012; Edinsel ve Adıgüzel, 2014; Burtan Doğan ve Aslan, 2019).

Türkiye'deki sağlık turizmi tesis ve imkânlarının sağlık turistleri tarafından tercih edilmesinde etkili olan faktörler ayrıntılı bir şekilde tartışılarak uluslararası sağlık tesisi seçimini açıklamayı amaçlayan faktörleri ve tüketici davranışları boyutunu içerek kapsamlı bir model önerilmiştir. Bu çalışma, uluslararası sağlık turizminde destinasyon tercihi ve tüketici davranışlarını açıklayabilen tek bir modelden bahsedilemeyeceğini ifade etmektedir (Aydın ve Karamehmet, 2017: 11).

Bu konuda yapılan önemli çalışmalardan birisine göre, sağlık turistlerinin teknolojik altyapı, müşteri deneyimi, yasal ve etik sınırlamalar, uçuş süresi, inanç benzerliği, turizm çekiciliği, maliyet ve bekleme süresi gibi faktörlerin önemli olduğu sonucuna varılmıştır (Sağ ve Zengül, 2018). Bir diğer çalışmada Türkiye'yi gelişmiş ülkelerden gelen sağlık turistleri açısından cazip kılan faktörlerin arasında kısa bekleme süreleri, tedavi yanında tatil yapabileme imkânının olması ve maliyet avantajı ön plana çıkmaktadır (Çılgınoğlu, 2018). Demir vd. (2020: 18) göre ise sağlık turistlerinin destinasyon tercihinde özellikle maliyet uygunluğu, doktorların uluslararası tanınırlığının olması ve teknolojik ekipmanların gelişmiş olması gibi faktörler etkili olmaktadır. Burada özellikle kültürel faktörler ve inanç benzerliği gibi faktörlerin sağlık turistlerinin destinasyon tercihinde belirleyici olduğu söylenebilir (Tengilimoğlu, 2017). Sağlık turizmi destinasyon tercihlerinde genel olarak fiyat, kalite, turizm aktiviteleri, bekleme süresi, ilgili ülkedeki mevzuat, aracı kuruluşlar, teknoloji iletişim ve ülkenin sosyo ekonomik koşulları etkili olmaktadır (Yağar ve Dökme, 2017: 62; Özata vd., 2018: 4615; Yazıcı 2021).

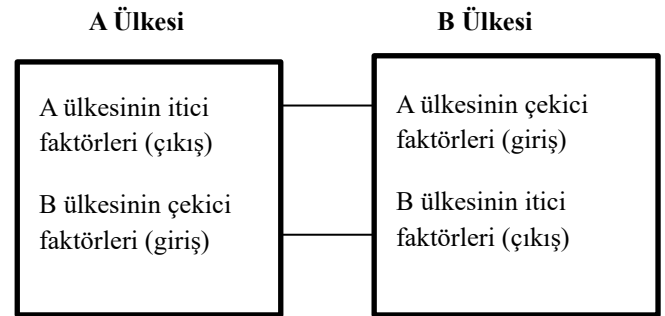
2.5. Medikal Turizm Endeksi

Sağlık turizmindeki tüketici tercihlerini daha iyi analiz edebilmek amacıyla iktisat, girişimcilik ve turizm alanında kullanılmakta olan itici ve çekici faktörler ayrımı kullanılabilir (Veerasoontorn ve Beise-Zee, 2010; Drinkert ve Singh, 2017). Çekici faktörler arasında ülkenin genel özellikleri (ülke imajı), sağlık hizmetleri ve sağlık turizm endüstrisinin özellikleri ve sağlık tesis ve hizmetlerin kalitesi, akreditasyon ve doktorların eğitimi ve tanınırlığı gibi faktörler sayılabilir (Singh, 2019). Bu alanda yapılan önemli çalışmalardan birisinde Medikal Turizm

Endeksi (Medical Tourism Index) yaklaşımı ortaya atılmıştır (Fetscherin ve Stephano, 2016). Fetscherin ve Stephano (2016) ekonomi ve turizm alanından ödünç aldıkları itici ve çekici faktörler ayrımını sağlık turizmine uyarlamışlardır. İtici ve çekici faktörler, denildiğinde kısaca bir ülkenin sağlık turizmi destinasyonu olarak tercih edilmesini sağlayan sağlık turistlerinin ülkesine ilişkin dezavantajlar (itici faktörler) yanında çekici ülke faktörleri, sağlık bakım maliyetlerinin çekiciliği ve turizm çekiciliği, medikal tesis ve hizmetlerin kalitesi anlaşılmaktadır (Fetscherin ve Stephano, 2016: 540).

Medikal turizm endeksi kullanılarak sağlık turistlerinin ülke düzeyindeki destinasyon tercihlerinde rol oynayan faktörler ve bu faktörlerin ağırlıkları analiz edilmektedir (Olya ve Nia, 2020: 6). Medikal Turizm Endeksi, bir ülkenin medikal turizm destinasyonu olarak tercih edilebilirliğini ortaya koyan bir performans ölçüm aracıdır. Endekste 4 ana boyut altında 34 değişken yer almaktadır. Ana boyutlar, ülke faktörleri boyutu, turizm boyutu, sağlık maliyetleri boyutu ve sağlık tesis ve hizmetleri boyutudur.

Modeldeki ülke boyutunda ekonomik, kültürel ve politik faktörler yer alırken turizm boyutunda ise ülkenin turizm potansiyeli ve dikkat çekici özellikleri yer almaktadır (Connell 2006; Smith vd., 2011; Yu ve Ko, 2012). Turizm destinasyonu boyutunda ülkenin kültürel ve doğal turistik çekicilikleri yer almaktadır (Connell 2006; Heung vd., 2011; Fetscherin ve Stephano, 2016). Maliyet boyutunda sağlık turistinin katlanması gereken her türlü zorunlu, görünen ya da görünmeyen maliyetler yer almaktadır ve burada tüketicinin rasyonel davrandığı varsayılır (Fetscherin ve Stephano 2016). Sağlık tesis ve hizmetleri boyutunda ise başta hizmet kalitesi olmak üzere, akreditasyon, sağlık personelinin tanınırlığı ve eğitim durumu, tesisin arkadaş ya da tanıdıklar tarafından tavsiye edilmesi ve diğer faktörler yer almaktadır (Gan ve Frederick 2011). Medikal turizm endeksi, yapılan istatistiksel analizler sonucunda geçerlik ve güvenilirliği test edilmiş oldukça kullanışlı bir ölçüm aracıdır. Sağlık Turizminde itici ve çekici faktörlerin mantığı aşağıdaki şekilden daha iyi anlaşılabilir:



Şekil 2: Medikal Turizmde İtici ve Çekici Faktörler (Figure 2: Pushing and Pulling Factors in Medical Tourism), Kaynak: Fetscherin & Stephano, 2016, s.540.

3. Yöntem

Bu çalışmada, kavramsal çerçevesi yukarıda açıklanan Medikal Turizm Endeksi (MTI) ölçeği kullanılacak ve bu şekilde derinliğine ve detaylı analizler yapılarak model test edilmiş olacaktır. Araştırmanın soruları, Medikal Turizm Endeksi metodolojisine uygun şekilde 4 boyut altındaki ifadelerden oluşmaktadır. Araştırma soruları şunlardır;

Soru 1: Hastaların destinasyon tercihleri, Türkiye'nin çevresel faktörlerinden etkilenmekte midir?

Soru 2: Hastaların destinasyon tercihleri, Türkiye'nin turizm destinasyonu olmasıyla ilgili faktörlerden etkilenmekte midir?

Soru 3: Hastaların destinasyon tercihleri, Türkiye'deki sağlık maliyetlerinin uygun olmasından etkilenmekte midir?

Soru 4: Hastaların destinasyon tercihleri, Türkiye'deki sağlık tesis ve hizmetleriyle ilgili faktörlerden etkilenmekte midir?

Bu dört araştırma sorusu, Fetscherin ve Stephano (2016) tarafından oluşturulan Medikal Turizm Endeksine göre hazırlanmıştır ve bu dört boyutun sağlık turizm destinasyon tercihlerini açıklama gücüne sahip olduğu varsayılmaktadır. Dört boyutun toplamı 100'dür. Burada yapılacak uygulama ve analizler sonrasında 4 boyutun araştırma sorunsalını açıklama gücü karşılaştırılmalı olarak ortaya çıkacaktır.

Bu çalışmada frekans tabloları yanında modeldeki her bir değişkeni birbiriyle ilişkilendirerek Türkiye'yi sağlık turizmi destinasyonu olarak seçenlerin algılamaları karşılaştırılmalı olarak ortaya konulacaktır. Farklı ülkelerden gelen hastaların farklı perspektifleri ortaya konularak araştırma modeli çerçevesinde çok değerli bilgilere ulaşılması hedeflenmektedir.

Mülakat formunda, araştırma modeline uygun şekilde sorular 4 kısımda yer almaktadır. Her kısımda yer alan sorular alt değişkenler şeklinde ana faktörü açıklamaktadır. Mülakat soruları, Aydın ve Karamahmet (2017, s.31) ve Sağ ve Zengül (2018, s.7) tarafından yapılan çalışmaların da dikkate alınması ve özellikle Fetscherin ve Stephano (2016) tarafından oluşturulan Medikal Turizm Endeksinden yararlanılarak geliştirilmiştir. Mülakat soru setinin hazırlanmasında araştırmanın bu aşaması öncesinde yapılan bilirkışı görüşmeleri de büyük rol oynamıştır. Bu görüşmeler sağlık turizmi alanında uzman, aracı rolünde, yönetici, akademisyen gibi yetkin kişiler ile yapılmıştır.

Mülakat aşamasında katılımcıları belirlemek için Medipol Mega Üniversite Hastanesi hastane bilgi yönetim sisteminden ve verilerinden yararlanılmıştır. Tek bir hastane ya da sağlık tesisinin örneklem olarak seçilmesi bir sınırlılık gibi görülebilir. Ancak, seçilen sağlık tesisine çok sayıda farklı ülke ve bölgeden hasta gelmesi, adı geçen hastanenin önemli bir sağlık tesisi olması ve dolayısıyla örnekleme dengeli bir dağılım olması ile sonuçlanmıştır. 2020 kayıtlarına göre, adı geçen hastaneye yaklaşık 30 ülkeden sağlık turisti (hasta) gelmektedir. Hastane bilgi yönetim sisteminden çekilen verilere göre, en fazla ciro sağlayan 10 ülke büyükten küçüğe doğru sırasıyla; Libya, Ukrayna, Irak, Kosova, Azerbaycan, Özbekistan, Rusya Federasyonu, Gürcistan, Kazakistan ve Cezayir'dir. Bu ülkelerden gelen hastalara uygulanacak mülakatların sayısı, mülakat yapıldığında yeni bilgi gelmemesi anlamında kullanılan doyma noktasında (saturation point) yeterli görülmüştür (Saunders vd., 2018). Mülakatlar adı geçen sağlık tesisinde 2021 yılı Nisan ayından başlayarak 6 aylık süreçte tamamlanarak mülakat dökümleri yapılmıştır ve daha sonra profesyonel tercümanlar tarafından Türkçeye çevrilmiştir.

Mülakata, Türkiye'yi sağlık turizmi destinasyonu olarak tercih eden toplamda 42 sağlık turisti dâhil edilmiştir. 13 sağlık turisti, gelişmiş ülkelerden gelirken; 29 sağlık turisti gelişmekte olan ülkelere gelmiştir. Katılımcıların 13 tanesi 20-30, 10 tanesi 31-40, 10 tanesi 41-50 ve 9 tanesi 50 yaş üzeri yaş aralıklarındadır. Katılımcıların 10 tanesi bekâr ve 32 tanesi evlidir. 21 tanesi kadın ve 21 tanesi erkektir. Eğitim durumlarına bakıldığında 4 katılımcı ilkökul, 4 katılımcı ortaokul, 11 katılımcı lise ve 23 katılımcı üniversite bitirmiştir. 34 katılımcı ilk defa sağlık turizmi amacıyla Türkiye'ye gelirken, 8 tanesi bu amaçla

daha önce birden fazla sayıda Türkiye'de bulunmuşlardır. Katılımcıların Türkiye'yi sağlık turizmi amacıyla ilk defa ziyaret etmeye karar vermelerinde; 11 katılımcı internetten bilgi aldıklarını ifade ederken, 31 katılımcı tanıdık tavsiyesine güvenerek Türkiye'yi seçmişlerdir. Demografik bulgular aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine Göre Dağılımı (Table 1. Distribution of Participants by Demographic Characteristics)

	N	%	
Ülke	Gelişmiş ülkeden gelen	13	31
	Gelişmekte olan ülkeden	29	69
Yaş	20-30 yaş	13	31
	31-40 yaş	10	24
	41-50 yaş	10	24
	51 yaş ve üzeri	9	21
Medeni Durum	Bekar	10	24
	Evli	32	76
Cinsiyet	Kadın	21	50
	Erkek	21	50
Eğitim Durumu	İlkokul	4	9
	Ortaokul	4	9
	Lise	11	26
	Üniversite	23	56
Ziyaret Sayısı	Bir defa gelen	34	81
	Birden çok defa gelen	8	19
Türkiye'yi Seçme Nedeni	İnternet araştırması	11	26
	Tanıdık tavsiyesi	31	74

4. Araştırma Bulguları ve Tartışma

4.1. Bulgular

Yapılan içerik analizi sonucunda, sağlık turistlerinin Türkiye'yi tercih etme sebepleri medikal turizm endeksi çerçevesinde ortaya konulmuştur. Sağlık turizmi destinasyon tercihinin etkileyen faktörler bu bağlamda itici ve çekici faktörler olarak sınıflandırılmıştır. Bu faktörlerin frekanslarıyla birlikte katılımcıların bu konudaki ifadeleri örnek olarak alınmıştır:

Katılımcılardan %73.8'i tanıdıklarının tavsiyesi üzerine adı geçen sağlık tesisini tercih etmiştir. Bu durum, itici faktörlerden tanıdık tavsiyesi faktörünün önemini göstermektedir. Tanıdık tavsiyesi faktörünü ifade eden örnek mülakat alıntıları aşağıdadır:

“Daha önce arkadaşı burada tedavi görmüş onun vasıtasıyla geldik. Hatta bakanlık hastası olduğum için ve bunu zaten bakanlık önerdiği zaman Medipol'ü kendim seçtim” (Kosova1).

“Özellikle ben araştırmadım, annem araştırdı, daha önceden bizim hastanede tedavi gören tanıdıkları vardı, onların isteğiyle bizim hastaneyi seçtik sonuç olarak” (Gürcistan1).

Türkiye'nin bir sağlık destinasyonu olarak seçilmesinde etkili olan itici faktörlerden birisi olan “kendi ülkesinin sağlık standartları” faktörü katılımcıların %59.5'in tarafından ifade edilmiştir. Avrupa'dan gelenler uzun bekleme süreleri, uzman hekime ulaşmanın zorluğu ve tedavinin zamanında yapılamamasından dolayı hızlı bir çözüm olarak Türkiye'yi tercih ettiklerini belirtirken gelişmekte olan ülkelere gelenler daha çok kendi ülkelerindeki sağlık hizmetlerinin yetersizliğinden şikâyetçidirler.

Sağlık tesisi tercihinde etkili olan çekici faktörlerin en önemlisi, “Türkiye'nin sağlık standartları” faktörüdür (%59.5). Bu faktörün içerisinde, Türkiye'de sağlık hizmetlerinin hızlı olması, sağlık hizmetlerine ve uzman hekimlere kolayca ulaşılabilme gibi

avantajlar yer almaktadır. Bu faktörü ifade eden bazı katılımcı görüşleri aşağıda sunulmuştur:

“Yani şöyle evet yani evet diyebilirim genel olarak Türkiye de iyi hizmet olduğunu düşünüyorum aynı şekilde medikal cihazları da kapsıyor tabii ki” (İrlanda1).

“... Türkiye hastaneleri çok seçenekli bir hastane yani birden fazla doktor seçeneğimiz olduğu için buraya geldik” (ABD1).

Çekici faktörler arasında web-internet referansları da etkili olmuştur (%42.8). Bazı katılımcılar sağlık tesisi tercihlerini yapma sürecinde, online forumlara katılarak ve hastane internet sitelerini inceleyerek, sağlık hizmetlerini, uzman hekimleri ve özgeçmişlerini kontrol edebilmektedirler. Elektronik ağızdan ağızdan pazarlama ve dijital pazarlama araçları giderek daha faizle etkili olurken özellikle gençlerin daha aktif olduğu dikkat çekmektedir. Bu faktöre ilişkin örnek katılımcı ifadeleri aşağıda sunulmuştur:

“Türkiye’de en iyi 10 hastanenizin arasında en iyi hastane, Medipol diye okumuştum sonra giriş yaptıktan sonra insanların yorumları çok pozitif ve daha çok buraya gelmek için teşvik oldum ve sonra internet üzerinden hastaneyle doktor biriyle iletişime geçtik ve buraya geldik (Irak2).

“Ben doktoru internette araştırdım, kim yapıyor bu operasyonu, daha çok yorumları okudum (Rusya 2).

Çekici faktörlerden birisi de ülke imajı ve misafirperverlik temasıdır (%31). Bu temada Türkiye’nin ülke imajı ve özellikle önceki ziyaretlerdeki misafirperverliğin pozitif etkisi vurgulanmaktadır. Bu faktöre ilişkin bazı katılımcı ifadeleri aşağıda yer almaktadır:

“... hava, su insan nasıl diyeyim sıcakkanlılığı sonra sohbetiniz bile yani çok sıcakkanlı bir şey ya da böyle bir yardım sever insanlar bana yardım etmeye çalışan insanlar yani bu Almanya’da yok” (Almanya1).

“Türkler çok iyi insanlar, nereye gitsem tedavi ile ilgili olmasa da yardımcı oluyorlar (Cezayir1).

Sağlık tesisi tercihinde etkili olan çekici faktörlerden birisi de din ve kültür temasıdır. Türkiye’yi sağlık turizminde tercih eden katılımcıların %38’i dini ve kültürel faktörlerin önemli olduğu ifade etmektedir. Buna ilişkin bazı örnek katılımcı ifadeleri aşağıda sunulmuştur:

“Buraya geldik çünkü hizmetleri kaliteli yani işlerine sadıklar ve kültür de benzer geldi. Diller aynı değil ama kültür benzer (Kazakistan1).

“Müslüman bir ülke olmasının da benim için büyük bir katkısı var (Irak3).

Türkiye’nin sağlık turizmi destinasyonu olarak seçilmesinde etkili olan çekici faktörlerden birisi de “resmiyet/vize” temasıdır (%28.6). Bu temada Türkiye’ye sağlık amaçlı olarak gelmenin, resmi işlem ve vize alma açısından kolay olduğu ifade edilmektedir. Bu temaya değinen örnek katılımcı ifadeleri aşağıda verilmiştir:

“Buraya gelmesi daha kolay, vize sıkıntımız yok... (Kazakistan1).

“Açıkçası ilk başta Almanya’ya gidecektik maddi gücümüz de vardı ama bu vize işi bizi durdurdu çünkü anneme kanser tanısı konduktan sonra hemen tedavi gerekliydi ve burada vizeyi 5 günde çıkarırken Almanya’da vizeyi almaya çalışırken 5 ay geçecekti” (Irak2).

Çekici faktörler ve çıktılar arasında “turizm” temasıyla ifade edilen, kritik ve acil sağlık hizmeti alması gereken hastalar hariç aynı zamanda tatil yapma düşüncesidir (%54.7). Literatürde sıkça vurgulanan bu faktör, katılımcılar arasında oldukça ağırlıklı olarak ifade edilmiştir:

“Turizm amacıyla gelmeyi de isterim” (Mali2).

“Sadece sağlık hizmetinden dolayı değil yani daha doğrusu ülkeye ziyaret anlamında geldiğimde sağlık turizmini de entegre ediyorum (Almanya2).

Çekici faktörler ve çıktılar başlığı altında yer alan diğer tema “güvenlik” temasıdır. Türkiye genel olarak güvenli bir ülke olarak görülmekle birlikte, yabancılara karşı fırsatçılık örnekleri de ifade edilmektedir (%66.6):

“Güvenlik açısından bir sorun yok o zaman düşünmedik, geldiğimizde söz konusu değildi. Çünkü ben sadece çocuğumun iyileşmesine odaklandım ama şu anda gayet rahat bir şekilde geziyoruz, güvenilir. (Ukrayna1).

Türkiye’yi zaten güvenli ülke olarak görüyorum bugünde kadar bire bir kimse dolandırmadı ve rüşvet falan istenmedi bizden sadece 2012’de turizm için geldiğimde cebimden para çalmıştı onu da polise söylemiştik, onun dışında yoktu. (Irak2).

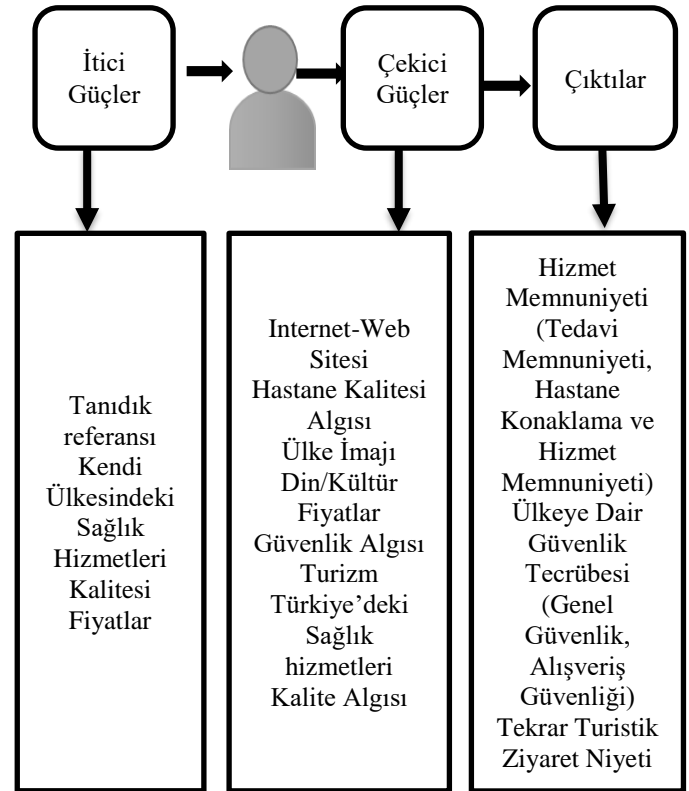
Fiyat, literatüre uygun şekilde, sağlık turizminde destinasyon tercihinde hem itici hem de çekici faktör olarak görülmektedir (%47.6). Burada özellikle döviz kurunun gelişmiş ülkeler açısından avantajlı olması etkilidir:

“Diğer ülkelerle karşılaştığımızda hem tıp hizmeti hem otel vs fiyatları daha uygundur (Gürcistan1).

“Türkiye’yi Avrupa ya da İsrail’le kıyasladığımızda daha ucuz tedavisi var. Mesela ama Hindistan’da da ama orada kalite bu kadar değil Türkiye’de kalite çok iyi; hem parası ona göre daha düşük (Rusya2).

Sağlık turizmindeki temel göstergelerden birisi olan hizmet kalitesi ve memnuniyeti konusunda, katılımcılar, çok yüksek oranda memnun görünmektedirler (%95.2).

Medikal turizm endeksinde yer alan itici ve çekici faktörler ve çıktılar çerçevesinde ortaya konulan bulgular, aşağıdaki şekil ile özetlenebilir:



Şekil 3: Türkiye’deki sağlık turizmindeki itici, çekici güçler ve çıktılar (Figure 3: Pulling, pushing forces and outputs in Turkey health tourism)

4.2. Tartışma

Medikal Turizm Endeksi, Fetscherin ve Stephano (2016) tarafından ortaya atılmış olan 4 boyuttan oluşmaktadır ve bu dört boyutla sağlık turizm destinasyon tercihleri açıklanmaktadır. Dört boyutun toplamı 100'dür. Medikal Turizm Endeksi mantığına göre, bu bulguları yorumlamak gerekirse; 4 ana faktörün, araştırma sorularını açıklama kapasitesi ve ağırlığı 100 üzerinden hesaplanmıştır. Bu faktörler, ağırlıklarına göre önemliden daha az önemliye doğru, yukarıda sıralanmıştır.

Medikal Turizm Endeksinin uygulandığı bu çalışmada, yapılan mülakatlar sonucunda katılımcılar toplamda 329 faktörden bahsetmişlerdir ve her faktör ile alt faktörlerin (ifade ya da temaların) katılımcılar tarafından kaç defa tekrarlandığı hesaplanmıştır. Unutulmamalıdır ki aynı mülakat içerisinde çok sayıda faktör ifade edilmiş olabilir ve dolayısıyla ifadelerin toplam oranının yüzde 100'den fazla olması normal karşılanmalıdır. Örneğin yaptığımız çalışmada ifade edilen toplam faktörler %217 olarak bulunmuştur. Bu oranı yüzde üzerinden (toplam %100 olacak şekilde) ağırlıklama yöntemiyle hesapladığımızda aşağıdaki sonuçlara ulaşılmaktadır (Bir başka deyişle 4 faktörün toplamı 100 olduğu gibi, her bir faktörü göreceli ağırlığına göre 100 üzerinden hesaplamak gerekmektedir). 4 faktörün dengeli dağıldığı zaman, %25'lik dilimler halinde olacağı varsayımına karşılık, daha çok frekansla ifade edilen faktörler, %25'ten fazla ağırlığa sahip olacağı gibi daha az tekrarlanan faktörlerin ağırlığı %25'ten az olacaktır. Bu sebeple çalışmamızda kullanılan hesaplama yöntemi, Medikal Turizm Endeksi çalışmasında önerilen ağırlıklama ya da analiz yöntemlerinden birisi olan ağırlıklama yaklaşımı (participatory approach) olarak seçilmiştir. Bunun temel sebebi, bu yaklaşımın sağlık turizminin talep yönüne odaklanması sebebiyle tavsiye edilmesidir (Fetscherin ve Stephano, 2016, s.547).

Buna göre katılımcılar destinasyon tercihlerini yaparken, en fazla Türkiye'deki sağlık tesis ve hizmetleriyle ilgili faktörlerden etkilenmiştir. Bu faktörlerin ortalama yüzdesi %72,2'dir ve MTI puanı 33,79'dur.

İkinci olarak hastaların destinasyon tercihlerinde, Türkiye'nin turizm destinasyonu olması etkili olmuştur. Turizm faktörü yüzdesi %54,7'dir ve MTI sistemine göre 25,25 puan ortaya çıkmaktadır.

Üçüncü araştırma sorusu olan "hastaların destinasyon tercihleri, Türkiye'deki sağlık maliyetlerinin uygun olmasından etkilenmekte midir?" sorusunun ortalama yüzdesi %47,6'dır ve MTI puanı 22,01'dir.

Son olarak, araştırmamıza katılan hastaların destinasyon tercihlerinde Türkiye'nin çevresel faktörleri önemli rol oynamıştır. Burada özellikle güvenlik, kültür, resmiyet, vize kolaylığı, ülke imajı ve misafirperverlik faktörleri dikkat çekmektedir. Bu faktörlerin ortalaması %41'dir ve MTI sistemine göre 18.95 puan ortaya çıkmaktadır.

Yapılan analizler sonucu elde edilen bulgular, Medikal Turizm Endeksiyle uyumlu haldedir. Medikal Turizm Endeksi uygulanarak yapılan analiz sonucunda 4 araştırma sorusunun hepsinde belli oranda açıklama gücünü ifade eden sonuçlar çıkmıştır. Yapılan nitel çalışma sonucunda söz konusu modeldeki tüm faktörlerin sağlık turistleri tarafından farklı oranlarda destinasyon seçim sürecinde dikkate alındığı görülmektedir. Dolayısıyla araştırmamızın, medikal turizm endeksinde yer alan itici ve çekici faktörleri kullanarak ülkemize özgü bir sağlık turizmi çerçevesi oluşturduğu görülmektedir. Bu yönüyle değerlendirildiğinde yaptığımız araştırmanın mevcut olan

literatüre en azından mütevazı bir katkı anlamına geldiği söylenebilir.

5. Sonuç

Türkiye'de sağlık turizmi destinasyon seçim ve tercih süreçleri konusunda sınırlı sayıda çalışma bulunmaktadır. Destinasyon seçim faktörleri arasında öncelikle maliyet, turizm olanakları, kalite düzeyi, kültürel özellikler ile tanıdık ve arkadaş tavsiyeleri yer almaktadır (Crozier & Baylis, 2010; Zengingönül vd., 2012; Aydın ve Karamehmet, 2017). Bu faktörlerin tanıdık ve arkadaş tavsiyesi dışında kalan tüm faktörler bulgularımızda yer almaktadır. Bookman ve Bookman (2007) tarafından yapılan çalışmada bulunan destinasyon tercihiinde etkili olan faktörlerden olan kültürel yakınlık, coğrafi mesafe faktörleri bulgularımızda yer almaktadır. Fiziksel yakınlıktan daha etkili olan kültürel yakınlık faktörü Liu vd. (2018) tarafından önemli görülen bir faktördür ve bu yönüyle çalışmamızla paralellik arz etmektedir. Örneğin Yıldız ve Khan (2019) tarafından yapılan araştırma, çalışmamız için oldukça yol gösterici olmuştur. Adı geçen çalışma sonucunda destinasyon tercih faktörleri, 17 parametre ve 2 kategori şeklinde bulunmuştur. Yaptığımız araştırmada, benzer şekilde sağlık tesisi ve sağlık personeli ve doktorların kalitesi, fiziksel ve kültürel yakınlık, uygun maliyet, ülkemizin turizm özellikleri ve benzeri faktörler (örneğin 54, 222), bizim araştırmamızda da ön plana çıkmıştır. Araştırmamız, Gündüz ve arkadaşları (2019) tarafından yapılan çalışmaya da benzemektedir. Yaptığımız çalışmada sağlık turistlerinin ülkemizi bir sağlık turizmi destinasyonu olarak etkileyen faktörler itici ve çekici faktörler olarak sınıflandırılmış ve ülkemize fiziki ve kültürel yakınlık, uygun maliyet, vize kolaylıkları ve ulaşılabilirlik faktörlerinin uygulamada da önemli olduğu görülmüştür.

Yapılan analizler sonucunda "destinasyon" kavramı karşımıza önemli bir faktör olarak çıkmaktadır. Destinasyona ilişkin faktörler bulgularımız içinde yer almaktadır ve bu yönüyle Yıldız ve Khan (2019) tarafından yapılan çalışmanın bulguları ile de uyumludur. Sağlık tesisinin kaliteli ve donanımlı olması ile sağlık personeli ve özellikle doktorların yetkin ve iyi eğitim almış olması gibi faktörler önemli bulgular arasındadır. Özellikle az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde bu faktörlere ciddi önem verilmektedir. Bu sebeple, gelişmiş ve modern tıp teknolojileri ve iyi eğitim almış doktorlar en önemli çekici faktörler arasındadır. Bu bulgu Aydın ve Karamehmet'in (2017) çalışmasıyla uyumludur. Her ne kadar maliyet boyutu tüm ülkelerden gelen hastaların önem verdiği bir değişken olsa da özellikle Avrupa ve Amerika gibi gelişmiş ülkelerden gelen hastaların ekonomik olarak daha yüksek standartlarda olması, kendi ülkelerindeki yüksek tedavi maliyetleri olması ve özellikle Türkiye'de kısa bekleme süreleri sebebiyle ülkemiz önemli bir sağlık turizmi destinasyonudur. Kültürel benzerlikler ve ülke imajı faktörleri de tercih sebepleri arasındadır. Bu faktör özellikle komşu ve yakın ülkelere ve özellikle Orta Asya ve Balkan ülkelerinden gelenler için oldukça önemlidir.

Yapılan uygulama sonucunda, Türkiye'yi sağlık turizmi amacıyla tercih eden hastaların sırasıyla; sağlık tesis ve hizmetleriyle ilgili faktörler, Türkiye'nin turizm destinasyonu olması, Türkiye'deki sağlık maliyetlerinin uygun olması ve çevresel faktörlerden etkilendiği görülmektedir. Türkiye'deki sağlık tesisleri, doktorlar ve sağlık hizmetlerinin kaliteli olduğu algısı, yabancı hastaları Türkiye'ye çekmektedir.

Türkiye'nin sağlık turizmi potansiyeli ve pazar segmentlerinin ortaya çıkarılması ile ülke turizminin hedefleri hem devlet, hem de sektörün ana oyuncularını ve tur operatörleri açısından önemli bilgiler sağlayacaktır. Elde edilen bilgilerle sağlık turizm sektörü, farklı pazarlama karmalarına göre heterojen gruplara ayrılabilir. Homojen gruplara karşı pazarlama stratejileri oluşturmak, tüketicilerin özellikleri ve talepleri birbirine benzer olduğu için daha kolaydır. Sağlık gibi hassas ve önemli bir hizmetin karşılanmasında müşteriler risk almazlar. Diğer turizm ve pazarlama alanlarında kaybedilecek olan şey, bir ürün ya da hizmetin faydasının az olması iken sağlık turizmindeki beklentiler hayati olabilmektedir. Dolayısıyla sağlık turizmi kuruluşları, tur operatörlerinin ve diğer paydaş kuruluşların potansiyel müşterilerin beklentilerini önceden öğrenerek ona göre pazarlama stratejileri geliştirmeleri faydalı olacaktır.

Son yıllarda Türkiye'de sağlık turizmi ile ilgili kaydedilen gelişmeler ve atılımlar sonucunda Türkiye küresel sağlık turizmi sektöründe önde gelen ülkeler arasına girmiştir. Türkiye'ye gelen sağlık turistlerinin sayısı, her ne kadar pandemi döneminde kesintiye uğrasa da, istikrarlı bir şekilde artmaktadır. Dünya standartlarında akredite edilmiş sağlık merkezlerine, son derece nitelikli sağlık personeline, tıbbi teknolojilere sahip olan ve sağlık hizmetlerinin maliyetlerinin oldukça uygun olduğu Türkiye'nin sağlık turizmi konusunda ciddi bir potansiyeli bulunmaktadır. Bununla birlikte Türkiye'nin küresel sağlık turizmi pazarından hak ettiği payı alamadığı değerlendirilmektedir (Şahbaz vd., 2012: 288).

Sağlık turizmi alanında kaydedilen ilerlemeler gerek yasal altyapı gerekse uygulama alanında oldukça dikkat çekicidir. Türkiye'nin sağlık turizmi alanında rekabetçiliğini sürdürebilmesi ve sektörde lider konumuna gelebilmesi amacıyla yapılması gerekenlerin bir kısmı ilgili mevzuatla ve uygulamayla ilişkilidir. Türkiye'nin jeo-stratejik coğrafi konumu, yetkin sağlık personeline sahip olması, kaliteli ve rekabetçi fiyat seviyesinde sunduğu sağlık hizmeti yanında kısa bekleme sürelerine sahip olması, en son tıbbi teknoloji ve yöntemlerin mevcut olması sağlık turizmi alanında önemli avantajlardır. Bu avantajlarla birlikte Türkiye'nin atılım yapması için altyapı hazır görünmektedir.

Sağlık turizmi sektörünün stratejik niteliği ve ekonomi için itici güç olan turizmi sektörünü geliştirebilme potansiyeli dikkat çekmektedir. Türkiye'nin sahip olduğu kapasite ve potansiyelin en etkin ve verimli şekilde kullanılabilmesi için yapılması gereken işlerin başında, sektörün uluslararası boyuttaki gelişimini yavaşlatan bürokratik engellerin ortadan kaldırılması gelmektedir. Bu bağlamda yönetimin ve politika yapıcıların Türkiye'deki sağlık turizmi gelişimini koordine ederek özel sektörle işbirliği içerisinde olması gerekmektedir. Birçok sektörde ve turizm sektöründe de olduğu gibi daha fazla pazar payı kazanmak ve rekabetçi olabilmek için işletmelerin tanıtım ve tutundurma faaliyetlerine önem vermesi gerekmektedir. Tanıtım faaliyetleri potansiyel müşterileri harekete geçirerek satın alma davranışına yönlendirebilir. Dolayısıyla, sağlık turizmi hizmetlerine yönelik tanıtım ve bilgilendirme faaliyetlerinin etkili bir şekilde yapılması gerekmektedir (Tontuş, 2018: 67).

Tanıtım faaliyetlerinde Türkiye'nin sağlık turizmi konusundaki güçlü yönlerine yeterince vurgu yapılmalıdır. Bu çalışmada ortaya çıkan bulgular ışığında öncelikle sağlık tesislerimizin ve uzman doktorlarımızın kalitesinin ön plana çıkarılması ve tanıtılması; Türkiye'nin turizm potansiyelinin sağlık turizmine imkân vereceğinin vurgulanması, daha sonra uygun fiyat ve çevresel faktörler üzerinde durulması önerilebilir.

Sağlık turizminin geliştirilmesinde oldukça başarılı olunan ve rekabetçi olduğumuz turizm sektörünün özellikle deniz ve termal turizmi alanlarıyla birlikte düşünülmesi faydalı olacaktır. Gelişmiş ülkelerden gelen sağlık turistlerinin sağlık hizmet kalitesi ve özellikle standartlar ve akreditasyona önem verdiği bilinmektedir. Sağlık turizminde ilk defa sağlık hizmeti alanlarına yoğunlaşılmasıyla birlikte sağlık turistlerinin sadık müşteri haline gelmesi, hem sağlık hizmeti talep etmesinde süreklilik sağlanması hem de çevresine Türkiye'deki sağlık kuruluşlarını tavsiye etmesi sağlanmalıdır. Bu çerçevede özellikle sağlık personelinin (sadece doktorların değil) kalifiye ve yetkin olması, iletişim becerilerine sahip olması ve en önemlisi yabancı dil engelinin aşılmış olması önem arz etmektedir.

Türkiye'de sağlık turizminin gelişmesi için Kültür ve Turizm Bakanlığı, Ekonomi Bakanlığı ve Sağlık Bakanlığı'nın ve sağlık turizmiyle ilgili olan özel sektör ve devlet ile STK'ların, özellikle üniversitelerin ve tüm hastanelerin koordinasyon içerisinde ve ortak strateji çerçevesinde çalışması gerekmektedir. Sağlık turizmi alanında Türkiye'nin turizm potansiyelinin en iyi şekilde değerlendirilmesi için stratejik plan ve eylem planının uygulanması faydalı olacaktır. Türkiye'nin sağlık turizmi alanında markalaşması yanında belli tedavi alanlarında da uzmanlaşması gerekir. Günümüzün rekabetçi ve küresel sağlık endüstrisinde başarılı olmak için uluslararası akreditasyon yanında sağlık profesyonellerinin çok iyi eğitim almış olması önemlidir. Kamu sağlık kuruluşları da akreditasyon sürecine başvurmalıdır. Türkiye, proaktif sağlık turizmi politikaları uygulayarak orta ve uzun vadede sektörde lider olabilmek için gerekli alt yapıya sahip görünmektedir.

Sağlık turizmindeki destinasyon tercih süreçleri konusu akademik düzeyde farklı şekillerde ele alınabilir. Hem nitel hem de nicel çalışmalar yapılabileceği gibi, hastaların ve sağlık personelinin görüşleri de alınarak karşılaştırmalı analizler yapılabilir. Bölgelere göre yapılacak analizler sonucunda, hangi ülke ve bölgelerin hangi boyutta yoğunlaştığı karşılaştırmalı şekilde ele alınabilir. Ülkemiz açısından yapılan analizler, farklı ülkelerde yapılacak benzer araştırmalarla karşılaştırılabilir. Yurt içi ve yurt dışı sağlık turistlerinin bakış açıları karşılaştırılabilir. Sağlık turisti memnuniyeti ile sağlık turizm gelirlerinin arasındaki ilişkiye bakılabilir. Algılanan hizmet kalitesinin sağlık turisti memnuniyetiyle ilişkisine bakılabilir; bu ilişkide ön plana çıkan faktörler incelenebilir.

Kaynakça

- Ağaoğlu, F. O., Karagöz, N., and Zabun, S. (2019). Sağlık Turizmi Uygulamaları ve Türkiye'ye Getirilmesine İlişkin Bir Değerlendirme. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Dergisi*, 20(2): 428-450.
- Aktepe, C. (2013). Sağlık Turizminde Yeni Fırsatlar ve Türkiye'de Yerleşik Sağlık İşletmelerinin Pazarlama Çabaları. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5(1): 170-188.
- Altın, U., Bektaş, G., Antep, Z., ve İrban, A. (2012). Sağlık turizmi ve uluslararası hastalar için Türkiye pazarı. *Acıbadem Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi* 3(3): 157-163.
- Atadil, H. A., Sırakaya-Türk, E., and Altıntaş, V. (2017). An analysis of destination image for emerging markets of Turkey. *Journal of Vocation Marketing*, 23(1): 37-54.
- Aydın, G., and Karamehmet, B. (2017). Factors affecting health tourism and international health-care facility choice. *International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing*. 11(1).
- Bookman, M.Z. ve Bookman, K. R. (2007). *Medical Tourism in Developing Countries*. Springer.

- Bostan, S., ve Yalçın, B. (2016). Sağlık Turistlerinin Medikal Destinasyon Seçimini Etkileyen Faktörler. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(43): 1729-1735
- Burtan Doğan, B., ve Aslan, A. (2019). Türkiye'de Sağlık Turizminin Mevcut Durumu ve Ülke Ekonomisine Katkıları. *Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(18): 390-418.
- Connell, J. (2006). Medical tourism: Sea, sun, sand and... surgery. *Tourism management*, 27(6): 1093-1100.
- Crozier, G. K. D., & Baylis, F. (2010). The ethical physician encounters international medical travel. *Journal of Medical Ethics*, 36(5), 297-301, 2010.
- Çılğinoğlu, H. (2018). Çalışanlar, yöneticiler ve uluslararası hastalar bağlamında Türk sağlık turizminin SWOT analizi ile sorunları ve çözüm önerilerinin tespiti. *Turkish Studies Educational Sciences*, 13(19): 501-512.
- Deloitte. (2009), *Medical Tourism Update and implications*, NY: Deloitte.
- Demir, Y., Pınar, O. R. U. Ç., Baştürk, Y. A., ve Övey, İ. S. S. (2020), Medikal Turistlerin Tercih Nedenleri: Samsun İli Örneği. *Turizm Ekonomi Ve İşletme Araştırmaları Dergisi*, 2(1): 18-30.
- Drinkert, A., and Singh, N. (2017). An investigation of American medical tourists' posttravel experience. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 26(3): 335-346.
- Edinsel, S., ve Adıgüzel, O. (2014). Türkiye'nin sağlık turizmi açısından son beş yıldaki dünya ülkeleri içindeki konumu ve gelişmeleri. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İİBF Dergisi*, 4(2): 167-190.
- Eissler, L. A., and Casken, J. (2013). Seeking health care through international medical tourism. *Journal of Nursing Scholarship*, 45(2): 177-184.
- Eşiyok, B., Çakar, M., and Kurtulmuşoğlu, F. B. (2017). The effect of cultural distance on medical tourism. *Journal of Destination Marketing & Management*, 6(1): 66-75.
- Fetscherin, M., and Stephano, R. M. (2016). The medical tourism index: Scale development and validation. *Tourism Management*, 52: 539-556.
- Fuchs, G., and Reichel, A. (2010). Health tourists visiting a highly volatile destination. *Anatolia*, 21(2): 205-225.
- Gan, L. L., and Frederick, J. R. (2011). Medical tourism facilitators: Patterns of service differentiation. *Journal of Vacation Marketing*, 17(3), 165-183.
- Garcia-Altes, A. (2005). The development of health tourism services. *Annals of tourism research*, 32(1): 262-266.
- Glinos, I. A., Baeten, R., Helble, M., and Maarse, H. (2010). A typology of cross-border patient mobility. *Health & Place*, 16(6): 1145-1155.
- Gündüz, F. F., Gündüz, S., ve Yavuz, H. B. (2019). Türkiye'nin Sağlık Turizmi Talebini Etkileyen Faktörlerin Analizi: Çekim Modeli Yaklaşımı. *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (17): 717-739.
- Gür Omay, E. G. and Cengiz, E. (2013). Health tourism in Turkey: Opportunities and threats. *Mediterranean journal of social sciences*, 4(10): 424-424.
- Hanefeld, J., Lunt, N., Smith, R., and Horsfall, D. (2015). Why do medical tourists travel to where they do? The role of networks in determining medical travel. *Social Science & Medicine*, 124: 356-363.
- Heung, V. C., Kucukusta, D., and Song, H. (2010). A conceptual model of medical tourism: Implications for future research. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 27(3): 236-251.
- Hopkins, L., Labonté, R., Runnels, V., and Packer, C. (2010). Medical tourism today: what is the state of existing knowledge?. *Journal of public health policy*, 31(2): 185-198.
- Horowitz, M. D., & Rosensweig, J. A. (2008). Medical tourism vs. traditional international medical travel: a tale of two models. *International Medical Travel Journal*, 3(3): 3-30.
- Johnson, T. J., Youngquist, J. S., Garman, A. N., Hohmann, S., and Cieslak, P. R. (2015). Factors influencing medical travel into the United States. *International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing*. 9(2): 118-135.
- Johnston, R., Crooks, V. A., and Snyder, J. (2012). "I didn't even know what I was looking for": A qualitative study of the decision-making processes of Canadian medical tourists. *Globalization and Health*, 8(1): 1-12.
- Kalshetti, P., and Pillai, D. (2008). Tourism products development and management medical tourism-A Shifting Paradigm. Conference on Tourism in India- Challenges Ahead, 15-17 May 2008, IIMK, 418-423.
- Kılıçarslan, M. (2019). Dünyada ve Türkiye'de Sağlık Hizmetlerinin Dijital Pazarlanması. *Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi*, (17), 1145-1149.
- Kördeve, M. K. (2016) Sağlık Turizmine Genel Bir Bakış ve Türkiye'nin Sağlık Turizmindeki Yeri. *Uluslararası Sağlık Yönetimi ve Stratejileri Araştırma Dergisi*, 2(1): 51-61.
- Kumar, S., Breuing, R., and Chahal, R. (2012). Globalization of health care delivery in the United States through medical tourism. *Journal of Health Communication*, 17(2): 177-198.
- Kurutkan, M. N., & Köse, G. (2021). Sağlık Hizmetlerinde Nesnelerin İnterneti Uygulamalarının Bibliyometrik Analizi. *Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi*, (27), 412-432.
- Lagiewski, R., and Myers, W. (2008). Medical tourism: Perspectives and applications for destination development. <https://scholarworks.rit.edu/other/683>, 1-7.
- Laing, J., and Weiler, B. (2008). Mind, body and spirit: Health and wellness tourism in Asia. *Asian Tourism: Growth and Change*: 379-389.
- Liu, H., Li, X. R., Cárdenas, D. A., and Yang, Y. (2018). Perceived cultural distance and international destination choice: The role of destination familiarity, geographic distance, and cultural motivation. *Journal of Destination Marketing & Management*, 9: 300-309.
- Lunt, N., and Carrera, P. (2010). Medical tourism: assessing the evidence on treatment abroad. *Maturitas*, 66(1): 27-32.
- Menvielle, L., Menvielle, W., and Tournois, N. (2011). Medical tourism: A decision model in a service context. *Turizam*, 59(1): 47-61.
- OECD. (2012), *Medical Tourism Treatments Markets and Health System Implications*, OECD, available at: www.oecd.org/els/health-systems/48723982.pdf.
- Olya, H., and Nia, T. H. (2020). The Medical Tourism Index and Behavioral Responses of Medical Travelers: A Mixed-Method Study. *Journal of Travel Research*, 0047287520915278.
- Öğüt, K., Yeşilyurt, S., ve Yurtseven, Ç. (2018). Kazakistan-Türkiye Sağlık Turizmi: Sağlık Sektörlerine Bakış ve Potansiyeller 1, 2. *Business and Economics Research Journal*, 9(1): 57-74.
- Özata, M., Asilkan, Z., Çankaya, M., ve Suzuk, E. (2018). Türkiye ve Dünya'da Sağlık Turizmine Genel Bir Bakış. *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 5(31): 4611-4619.
- Özdemir, A., Kurtulmuşoğlu, F. B., and Eşiyok, B. (2017) Treatment Type As a Factor in Medical Tourism Destination

- Preferences: The Case of Turkey. *International Journal Of Health Management And Tourism*, 2(2): 58-72.
- Özkan, M. E. (2019). Sağlık Turizmi Kapsamında Türkiye'nin Medikal Turizm Potansiyeline Yönelik Bir Değerlendirme. *Turizm Ekonomi ve İşletme Araştırmaları Dergisi*, 1(1): 50-64.
- Özsarı, S. H., ve Karatana, Ö. (2013). Sağlık Turizmi Açısından Türkiye'nin Durumu. *Journal of Kartal Training & Research Hospital/Kartal Eğitim ve Arastırma Hastanesi Tıp Dergisi*, 24(2).
- Rahman, M. K. (2019). Medical tourism: tourists' perceived services and satisfaction lessons from Malaysian hospitals. *Tourism Review*. 74(3): 739-758.
- Riefler, P., Diamantopoulos, A., and Sigauw, J. (2012). Cosmopolitan consumers as a target group for segmentation. *Journal of International Business Studies*, 43(3): 285-305.
- Sağ, İ. & Zengül, F. D. (2018) Why medical tourists choose Turkey as a medical tourism destination?. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, <https://doi.org/10.1108/JHTI-05-2018-0031>
- Saunders, B., Sim, J., Kingstone, T., Baker, S., Waterfield, J., Bartlam, B., ... and Jinks, C. (2018). Saturation in qualitative research: exploring its conceptualization and operationalization. *Quality & Quantity*, 52(4): 1893-1907.
- Sevim, E., ve Sevim, E. (2019). Medikal turizm tercihini etkileyen faktörlerin incelenmesi: Türkiye örneği. *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 22(3): 633-652.
- Singh, L. (2019). Medical Tourism Motivations: The Driving Force. *Journal of multidisciplinary academic tourism*, 4(2): 77-86.
- Smith, P. C., and Forgione, D. A. (2007). Global outsourcing of healthcare: a medical tourism decision model. *Journal of Information Technology Case and Application Research*, 9(3): 19-30.
- Smith, R., Álvarez, M. M., and Chanda, R. (2011). Medical tourism: a review of the literature and analysis of a role for bi-lateral trade. *Health policy*, 103(2-3): 276-282.
- Şahbaz, R. P., Akdu, U. and Akdu, S. (2012). Türkiye'de Medikal Turizm Uygulamaları; İstanbul ve Ankara Örneği. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15(27): 267-296.
- Temizkan, S. P., and Konak, S. (2018). An Analysis on the Websites of Medical Travel Planners in Medical Tourism. *Journal of Gastronomy Hospitality and Travel*, 1(2): 26-36.
- Tengilimoğlu, D. (Ed.). (2017). *Sağlık turizmi*. Siyasal Kitabevi.
- Tontuş, H. Ö. (2018). Sağlık turizmi tanıtımı ve sağlık hizmetlerinin pazarlanması ilkeleri üzerine değerlendirme. *Disiplinlerarası Akademik Turizm Dergisi*, 3(1): 67-88.
- Turner, L. (2007). Medical tourism: Family medicine and international health-related travel. *Canadian Family Physician*, 53(10): 1639-1641.
- Veerasoontorn, R., and Beise-Zee, R. (2010). International hospital outshopping: A staged model of push and pull factors. *International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing*, 4(3): 247-264.
- Wong, K. M., Velasamy, P., and Arshad, T. N. T. (2014). Medical tourism destination SWOT analysis: A case study of Malaysia, Thailand, Singapore and India. In *SHS Web of Conferences* (Vol. 12, p. 01037). EDP Sciences.
- Wongkit, M., and McKercher, B. (2016). Desired attributes of medical treatment and medical service providers: A case study of medical tourism in Thailand. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 33(1): 14-27.
- Wongkit, M., and McKercher, B., (2013). Toward a typology of medical tourists: A case study of Thailand. *Tour. Manage.* 38: 4-12.
- Woodside, A. G., and Lysonski, S. (1989). A general model of traveler destination choice. *Journal of travel Research*, 27(4): 8-14.
- www.ushas.com.tr/saglik-turizmi-verileri (Erişim Tarihi: 20.05.2021)
- Yağar, F., and Dökme, S. (2017). Investigation of the Factors that Shape Medical Tourism: The Case of Turkey. *Uluslararası Sağlık Yönetimi Ve Stratejileri Araştırma Dergisi*, 3(2): 62-72.
- Yalçınkaya, M. H., ve Dilber, İ. (2015) Türkiye'de Sağlık Turizminin Değerlendirilmesi. İçinde Yalçınkaya, M. H., & Dilber, İ. (Ed.) *Sağlık Ekonomisi*. 183-204.
- Yazıcı, S. (2021). Turizm İşletmelerinde Bilgi ve İletişim Teknolojilerinden Blokzincir Teknolojisine Geçiş Süreci ve Uygulama Örnekleri. *Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi* , (21) , 136-146. DOI: 10.31590/ejosat.807716
- Yıldız, M. S., and Khan, M. M. (2019). Factors Affecting the Choice of Medical Tourism Destination: A Case Study of Medical Tourists from the Arab Region in Turkey. *Journal of Health Management*, 21(4): 465-475.
- Yılmaz, S., Sarıaydın, İ., ve Sönel, T. (2020). İngiltere Özelinde Türkiye'nin Sağlık Turizmi Fırsatları. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 7(1): 74-85.
- Yu, J. Y., & Ko, T. G. (2012). A cross-cultural study of perceptions of medical tourism among Chinese, Japanese and Korean tourists in Korea. *Tourism management*, 33(1): 80-88.
- Zengingönül, O., Emeç, H., İyilikçi, D.E. ve Bingöl, P. (2012), Sağlık Turizmi: İstanbul'a Yönelik bir Değerlendirme, İstanbul Kalkınma Ajansı, İstanbul.