

Araştırma Makalesi

TÜRKİYE'DEN SAĞLIK HİZMETİ ALAN YABANCILARIN HİZMET ALMA VE ARAŞTIRMA SÜREÇLERİNDEKİ TERCİH ETME MOTİVASYONLARI HAKKINDA DERİNLEMESİNE GÖRÜŞME¹

1. Amadou Camara²

ORCID No 0009-0005-1582-4517

2. Evrim İldem Develi³

ORCID No 0000-0003-3842-8611

Başvuru Tarihi: 11.08.2023

Kabul Tarihi: 15.08.2023

Yayın Tarihi:29.12.2023

ÖZET

Bu araştırmanın amacı Türkiye'den sağlık hizmeti alan yabancıların hizmet alma ve araştırma süreçlerindeki tercih etme motivasyonlarının derinlemesine mülakat yoluyla değerlendirilmesidir. Sağlık turizmi, hastaların tedavi olma amacıyla seyahat etmelerini içermektedir. Son yıllarda büyüyen ve acenteleri kurulmaya başlayan bir sektöre dönüşen sağlık turizmi ekonomik olarak da gelişmektedir. Türkiye'de sağlık turizminin öncü ülkelerinden birisi olarak öne çıkmaktadır. Nitel araştırma desenine göre yapılan bu çalışmada Türkiye'nin sağlık turizminde tercih edilmesi motivasyonları irdelemiştir. Yapılan derinlemesine görüşmede Türkiye'den hizmet alan yabancıların Türkiye'yi tercih etmesinde etkili olan etmenlerin başında Türkiye'deki doktor ve sağlık hizmetleri kalitesinin geldiği görülmüştür. Bununla birlikte Türkiye'nin tercih edilmesinde öne çıkan diğer iki etmeni ise siyasi-kamusal ve ekonomik nedenler oluşturmaktadır. Bu çerçevede Türkiye'nin sağlık turizminden aldığı payın artması için pazarlama ağının genişlemesi gerekmektedir. Bununla birlikte tercüme ve iletişim problemlerinin de sağlık turizmindeki temel sorunlardan birisi olduğu katılımcı görüşlerinde öne çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sağlık Turizmi, Hizmet Alma, Türkiye.

EVALUATION OF THE OPINIONS OF FOREIGNERS WHO RECEIVE HEALTH SERVICE FROM TÜRKİYE ON THE MOTIVATIONS OF PREFERENCE THROUGH IN-DEPTH INTERVIEW

ABSTRACT

The aim of this research is to evaluate the motivations of foreigners who receive health care services from Türkiye in the process of getting service through in-depth interview method. Health tourism includes patients' traveling for the purpose of treatment. Health tourism has grown into a sector and agencies started to be established in recent year: In this study, which was carried out according to the qualitative research design, the motivations of Türkiye's preference in health tourism were examined. In the examinations made, it has been seen that the quality of doctors and health services in Türkiye comes first among the factors that are effective in the preference of foreigners who receive service from Türkiye. However, the other two factors that come to the fore in the preference of Türkiye are political-public and economic reason: The fact that the participants see Türkiye as economically suitable makes them prefer it in health tourism as well. In addition to this, it has come to the fore in the opinions of the participants that translation and communication problems are one of the main problems in health tourism.

Keywords: Health Tourism, Service, Türkiye.

¹ Bu makale yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

² Amadou Camara, İstanbul Ticaret Üniversitesi, makanicamara110@gmail.com

³ Doç. Dr. Evrim İldem Develi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, eideveli@ticaret.edu.tr



1. GİRİŞ

İnsanoğlu var olduğu günden bu yana en önemli dürtülerinden birini hayatta kalmak ve korunmak oluşturmaktadır. Bu bağlamda sağlık hizmetleri tarihin her döneminde olduğu gibi günümüzde de önemini korumaktadır. Bununla birlikte sağlık hizmetleri modern dönemde hukuki olarak düzenlenmiş ve herkesin sağlık hizmetlerine ulaşması hedeflenmiştir. Bu durum günümüzde de devam etmektedir. Sağlık kavramı tam olarak iyi olma halini ifade etmektedir. İnsanların fizyolojik ve psikolojik olarak iyi olma durumu olarak sağlık aynı zamanda insanların seyahat etme nedenleri de olabilmektedir. Bu doğrultuda insanlar sağlık hizmeti alabilmek adına farklı şehir ya da ülkelere gidebilmektedirler. Bu tercihin öncelikli nedenlerinin bilinmesi ise sağlık hizmetinin tam olarak niçin alınacağına bağlı olarak değişmektedir. Örneğin sağlık hizmeti almak isteyen insanlar amansız bir hastalığa yakalandığı zaman hastane seçimlerinin tek nedenini iyileşmek oluşturmaktadır. Günümüzde estetik cerrahideki gelişme neticesinde insanlar estetik yaptırmak adına farklı ülkelere sağlık turizmine yönelebilmektedir. Bu tercihteki temel motivasyonu ise fiyatların uygun olması oluşturmaktadır. Ancak böylesi durumlarda tek motivasyon fiyatlar değildir; aynı zamanda yapılan müdahalelerin güvenilir olması da önem kazanmaktadır.

Sağlık hizmetleri birçok açıdan pahalı birçok açıdan elzem bir hizmet alanı olduğundan her ülke öncelikle kendi içinde bir sağlık sektörü tesis etmektedir. Bu sektör bir yandan kamu kurumları etrafında toplanırken diğer yandan da özel sektör etrafında gelişebilmektedir. Ancak yine sağlık hizmetleri birçok farklı nedenden dolayı (örneğin ayrılan bütçe, teknoloji ya da eğitim gibi faktörlerle) her ülkede aynı kalitede ya da nitelikte olamamaktadır. Sağlık turizmi daha çok bu nedenlerle ortaya çıkmaktadır. İnsanların sağlık hizmeti almak için tedavi amacıyla farklı bölgelere yaptıkları seyahatlere sağlık turizmi adı verilmektedir. Bu amaçla seyahat eden kişiye de “sağlık turisti” denilmektedir (Sağlık Bakanlığı, 2013: 5). Ülkeler arasındaki turizm nasıl gelir getiren bir ekonomik ilke ise aynı şekilde sağlık turizmi de ülkelere döviz girdisi sağlayan alanlardan birisi olarak öne çıkmaktadır. Özellikle estetik cerrahinin gelişmesi bu alanda turizmin gelişmesini de sağlamaktadır. Maliyetli bir işlem olarak daha çok yüksek gelir grubundaki hastaların yöneldiği sağlık turizminde özel hastanelerin ve muayenehanelerin öne çıktığı söylenebilir. Bu bağlamda sağlık turizmine yönelinmesindeki temel amaçlardan birini de insanların sağlık hizmeti alırken yaşamış olduğu problemler oluşturmaktadır. Nitekim birçok hastanede uzun bekleme süreleri olduğu gibi teknik yetersizlikler de olabilmektedir. Bu nedenlerle de birçok insan sağlık turizmine yönelebilmektedir (Aktepe, 2013: 174).

Gerek hastaların gerekse de tüketicilerin bilinçlenmesi sağlık turizmine olan eğilimi artırmaktadır. Hangi sağlık hizmetinin hangi ülkede ekol olduğunu araştıran tüketiciler bu ülkelere yönelebilmektedir. Sağlık turizmine yönelen bireylerin aynı zamanda tatil de yaptıkları görülmektedir. Bu bağlamda sağlık turizmi tatilin bir parçası olarak da görülmektedir. Bu durum hem Türkiye’ye gelen turistlerde hem de diğer ülkelere giden turistlerde görülmektedir. Örneğin yaz tatilini Türkiye’de geçiren bireyler aynı zamanda sağlık hizmetlerinden de yararlanabilmektedir. Sağlık turizmi ekonomik bir faaliyet olduğundan ticari bir rekabeti de beraberinde getirmektedir. Ülkeler arasında diğer turizm çeşitlerinde olduğu gibi bu alanda da rekabetin olması kaçınılmazdır. Dolayısıyla bu alanda hizmet alan bireylerin bu açıdan görüşlerinin incelenmesi önem arz etmektedir. Böyle bir inceleme sadece sağlık turizmi açısından değil tatil turizmi açısından da öne çıkmaktadır. Nitekim bir ülkeye sağlık turizmi için gelenler aynı zamanda tatil de yapabilmektedir. Bu durum ağır hastalar için geçerli değilse de diğer durumlar için geçerli bir durumdur (Kantar ve Işık, 2014:16).

Sağlık turizminde temel amaç, günlük rutinden uzaklaşarak rahat ve değişik bir ortamda tedavi görmek veya destekleyici sağlık hizmetlerinden faydalanmaktır (Eriş, 2020:58). Sağlık turizminin gelişmesinde etkili olan bir diğer neden ise ülkeler arasındaki ulaşım ve iletişim faaliyetlerinin artmasıdır. Nitekim günümüzde her insan başka ülkelerdeki sağlık kalitesi ve hastaneler hakkında kolayca bilgi edinebilmektedir. Bu durum insanların sağlık turizmine yönelmelerini tetiklemektedir (Edinsel ve Adıgüzel, 2014:175). Sağlık turizminin etkin olabilmesi için üç temel unsur öne çıkmaktadır. Bu üç unsurun uyumlu olduğu durumda ülkenin sağlık turizminin canlanması daha kolay olacaktır. Bu

unsurlardan birincisini turizm olanakları oluşturur. Turizm olanakları doğa, iklim ve tarihgibi özellikleri içermektedir. Sağlık turizmi için ikinci unsuru ise hastaneler teşkil etmektedir. Hastanelerin hem teknik imkânlarla sahip olması hem uygun fiyatlı hem de nitelikli bir kadroya sahip olması gerekmektedir. Üçüncü unsuru ise sağlık turizmine ihtiyaç duyan tüketiciyle sağlık hizmeti veren kurumları birleştiren profesyonel organizasyonlardır. Bu organizasyonlar sağlık turizmi hizmeti veren kuruluşlardır (Cohen, 2006: 12). Türkiye’de de bu yönde organizasyonlar Sağlık Bakanlığı tarafından desteklenmektedir. Bu bağlamda Sağlık Bakanlığı tarafından 2012 yılında Sağlık Turizmi Birimi kurulmuştur. Sağlık Turizmi Biriminin öncelikli amacı Türkiye’de sağlık turizmi adına hem bir standart oluşturulmasını sağlamak hem de bu kurumların eş güdümlü işlemlerini sağlamaktır. Bu noktada sağlık turizmi hizmeti veren kurumları da denetleyen sistem, turistlerin memnun ayrılması için çaba sarf etmektedir. Bununla birlikte devletin özel hastanelere de sağlık turizmini geliştirebilmek adına teşvik verdiği görülmektedir (Sağlık Bakanlığı, 2012). Sağlık turizmi insanların tedavi imkânlarını genişletirken diğer yandan da ülkelerin tanınmasını ve gelir kazanmasını sağlamaktadır. Araştırma bu önem bağlamında Türkiye’den sağlık hizmeti alan yabancıların hizmet alma ve araştırma süreçlerindeki tercih etme motivasyonlarının değerlendirilmesini amaçlamaktadır.

2. LİTERATÜR TARAMASI

2.1. Sağlık Turizmi

Turizm, genel anlamıyla eğlenmek, görmek, gezmek amaçlarıyla yapılan gezilerdir. Sağlık turizmi ise, turizm kavramının bir alt basamağıdır. Sağlık turizminde amaç, sağlık kazanmak ve daha sağlıklı bir hayat sürmektir. Yani sağlık turizmi sağlıklarını korumak veya iyileştirmek isteyen bireylerin buldukları yerden başka bir yere seyahat etmesidir. Sağlık turizminde sağlığın önemi başrolde olduğundan doğal kaynaklara bağlı turizm beldeleri bireyler için daha çekicidir (Boz, 2004: 132). Sağlık turizminde önemli olan nokta bireyin yaşadığı yerin dışına çıkarak seyahat etmesi ve konaklamasıdır. Literatür incelendiğinde sağlık turizmi ile ilgili bir başka tanım; kişilerin ihtiyaç duydukları tedaviyi almaları, kendilerini daha iyi hissetmeleri, termal kaynakları kullanmaları için başka bir ülkeye seyahat etmeleridir. Sağlık turizmi son 30 yılda oldukça gelişmiş, ülkeler arası hatta kıtalar arası yapılan bir turizm halini almıştır. Literatürde kabul görmüş sağlık turizmi alt başlıkları: termal turizm, medikal turizm, geriatri turizmi, engelli turizmi ve SPA- sağlıklı yaşam (wellness) turizmidir.

Termal Turizm; termomineral su banyosu, inhalasyon (nefes alma), termomineral ile yapılan soluma, çamur banyosu, fizik tedavi, rehabilitasyon gibi tedavi yöntemlerinin fizik tedavi, egzersiz, psikoterapi gibi destek tedavilerle birleştirilerek bireylere sunulmasıdır. Aynı zamanda termal turizm suları eğlence ve rekreasyon (dinlenmek, eğlenmek) olarak da kullanılır (Çontu, 2006).

Medikal Turizm; bireylerin tıbbi tedavi hizmetlerinden yararlanmak için yaptıkları seyahattir. Daha detaylı bir tanım yapacak olursak kişilerin kendi ülkelerinde tedavi imkânlarının olması, tedavilerin sigorta kapsamına girmemesi, hizmet fiyatlarının kendi ülkelerinde yüksek olması gibi etkenlerle yurt dışına yapmış oldukları seyahatlerdir (Binler, 2015).

Geriatri Turizmi; geriatri yaşlı bireylerin tedavisinde hizmet sunan bir sağlık turizmi alanıdır (Strausbaugh, 2001: 268). Genellikle yaşlı bireylerin yaşam kalitelerini artırmaya ve tedavi etmeye yönelik olan geriatri turizmi emeklilik firmalarını yakından ilgilendirir (Bernal, 2005:18).

İleri yaş turizmi ise özellikle 65 yaş üstü bireylere hizmet sunan sağlık turizmidir. Özellikle batı Avrupa ülkelerinde artan yaşlı nüfus bu turizm için elverişli bir ortam oluşturmaktadır. Engelli gezileri, iyileştirme hizmetleri, hobi aktiviteleri ve rehabilitasyon hizmetleri bu turizmin çalışma alanlarıdır (Aydın, 2012:54).

Engelli turizmi; engelli kelimesinin Dünya Sağlık Örgütüne (WHO) göre tanımı, bireyin bedensel, ruhsal veya zihinsel özelliklerinin bir kısmını kullanamaması görsel olarak organlarının bir kısmının veya tamamının eksik olması ve bu durumun hayatını sürdürmeye engel teşkil etmesidir. Dünya nüfusunun %10’u yukarıda ifade edilen engel durumunu taşımaktadır. Engelli turizmi için seyahat edenlerin yanlarında giden kişilerle birlikte bu turizm hizmeti de geniş kitlelere hitap etmektedir (Zengin ve Eryılmaz, 2013: 52).



SPA- Sağlıklı Yaşam (Wellness) Turizmi; SPA kelimesi Latince 'soluşperaguam' yani 'sudan gelen sağlık' kelimelerinin kısaltılmasıdır. Günümüz de sadece su ve çamur terapileri ile değil oldukça genişleyen sistemler ile hizmet vermektedir. Wellness bireylerin kendilerini iyi hissetmeleri için uygulanan her türlü masaj, cilt bakımı, yosun banyoları, thalasso (deniz) terapi gibi doğal ürünler ile doğa içerisinde yapılan sağlıklı yaşam hizmetleridi (Siner ve Torun, 2020: 519).

Tüm bu bilgiler ışığında sağlık turizmi kavramı bireylerin daha sağlıklı hayat sürmeleri için çeşitli yollara ya da alternatif tıp hizmetlerine başvurması, yaşlı ve engelli bireylerinse tedavilerinin yapılmasına olanak sağlayan sağlık hizmetlerinden faydalanması olarak ifade edilebilir.

2.2. Sağlık Turizminin Tercih Edilme Nedenleri

Sağlığın varlığı insan hayatında huzurun, mutluluğun, iyi yaşamının tanımı olmuştur (Çelebi ve Çelebi, 2020: 181). İyi bir hayat sürmek isteyen her birey sağlığını korumaya çalışmıştır. İnsanoğlu Bedensel veya ruhsal rahatsızlıklarının tedavisi için uğraşmış, daha iyi bir yaşam için elinden gelen gayreti ortaya koymuştur. Genel anlamı ile turizm birçok birey tarafından lüks olarak algılansa da sağlık turizmi çoğu zaman tedavi sürecini de kapsadığından lüks değil gereklilik oluşturmuştur (Akbolat ve Deniz, 2017: 12). Sağlık turizminin tercihinde etkili olan bireyin iyi olma halinin devamını istemesi ve mevcut durumunun daha iyi hale gelmesini istemesidir. Kişisel faktörlerin yanında bu turizm çeşidinde var olan dış faktörlerde turizm tercihlerini etkilemektedir. Ücret, kalite standartları, ülkelerin güvenlik durumu vb. gibi dış etkenler de bireylerin tercih edecekleri sağlık turizmini etkilemektedir (Sevim ve Sevim, 2019: 639).

Fiyat standardı bireylerin turizm tercihini etkileyen en önemli etkenlerdendir (Usta, 2001: 12). Bireyler kendi ülkelerinde daha pahalı olan medikal hizmeti başka bir ülkeden daha uygun fiyat alabilmektedir. Yine bireyler ülkeler arası karşılaştırmalar yapıp en uygun ülkeye seyahatlerini gerçekleştirirler. Daha çok medikal alanda ücret karşılaştırması yapan insanlar için hizmet kalitesi, sağlık kuruluşları ve sigorta acenteleri de önemli yer tutmaktadır (Saturk, 2017: 1). Türkiye sağlık turistlerine ekonomi konusunda oldukça cazip gelmektedir. Birçok ülkeye göre Türkiye'de medikal hizmetler daha uygun fiyatlarla sunulmaktadır. Her ne kadar fiyat avantajları bireyler için belirleyicilik gösterse de tercihlerin tek belirleyicisi de değildir (Emen, 2019: 68).

Bireylere sunulan sağlık hizmetlerinin kalitesi en az fiyat avantajı kadar tercihlerinde etkilidir. Kalite standartlarının yüksek olması bireylerin tercihini etkilemekte ve memnuniyetlerini de artırmaktadır. Sunulan hizmetin yeterli olması daha iyisinin yapılabileceğine işaret eder (Ataman, Esen ve Vatan, 2017: 33). Sağlık turizminde bireyler hizmet ve kalite standartlarına göre seçimlerini yapıp ülkelerine daha mutlu ve sağlıklı dönmeyi planlamaktadırlar. Sağlık turistlerinin ilgini çekmek isteyen ülkeler sağlık kuruluşlarını geliştirmeli, sağlık hizmetlerini iyileştirmeli ve bu alandaki hizmet kalitesini artırmalıdır. Sağlık alanında ortaya çıkacak en ufak bir hata dahi çok büyük kayıplar oluşturduğundan bu alanda ki hizmetler ve kalite sürekli takip edilmeli ve yeni kolaylıklar da sağlık kurumlarının bünyelerine eklenmelidir (Akdu, 2014:61-66; Değer, 2012:28). Sağlık hizmetlerinin kaliteleri en az sağlık hizmetlerinin standartlarına göre olmalı ve daha mükemmeli için çalışılmalıdır. Sağlık hizmetleri standartları olması gereken en düşük kaliteyi ifade eder. Sağlık turizmi hizmeti verensayıglik kuruluşları hizmet ve medikal standartlarını her zaman artırmaya yönelik çaba içerisinde olmalıdırlar (Torun, 2009: 38). Sağlık hizmetlerinin kalite standartları; yeni gelişmeler, teknoloji kullanımının günümüzde artması, dünyamızın globalleşmesi ile sürekli değişmekte ve gelişmektedir. Bu gelişmeler takip edilmeli ve hizmet kalitesi devamlı artarak devam etmelidir. Özellikle tıp alanındaki gelişmeler her geçen gün artmakla sağlık turizminin de hareketlenmesine sebep olmaktadır (Çakır, 2007: 34; Yalkın, 2010: 71). Fiyat ve kalite standartlarının yanında sağlık turizmini etkileyen başka faktörler de vardır. Örneğin bireylerin kendi ülkelerinde tedavi sürelerinin uzun olması, bazı estetik ameliyatlarında gizliliğin önemi ya da kendi ülkelerinde yasal olmaması nedenleriyle ameliyatları başka ülkelere giderek yaptırırlar. Başka bir etkende bireylerin ülkelerinde tedavi olanaklarının yetersiz olmasıdır. Görülüyor ki birçok etken sağlık turizmini etkilemekte tercih sırasını oluşturmaktadır. Birçok farklı sebeple sağlık turizmini seçen bireyler gün geçtikçe artmaktadır (Connell, 2013: 7). Sağlık turizmi son yıllarda yeni pazarlama teknikleri çerçevesinde de tercih edilmeye başlanmıştır. Yeni pazarlama tekniklerinin merkezinde yer alan sosyal medya kullanımı sağlık turizminin tercih edilmesinde de etkili olmaktadır. Bununla birlikte

Sağlık hizmetleri uluslararası bir boyut kazandığından satış ortaklığı pazarlaması gibi yeni pazarlama tekniklerinin de bualanda kullanılabilceği söylenebilir. Bağlı kuruluş (satış ortaklığı) pazarlaması sisteminin temel amacı satışları arttırmak olup önemli bir çevrimiçi gelir elde etme yöntemidir. Reklam verenlere, markalara ve satış ortaklığı sağlayan pazarlamacıya gelir getiren bu yöntemde geleneksel pazarlama yöntemlerinin nispeten az kullanıldığı görülmektedir (Develi, 2021: 8321). Bu pazarlama yöntemi de sağlık turizminin gelişmesinde ve müşteri tercihlerine etki etmede kullanılan çağdaş tekniklerden birisiolarak öne çıkmaktadır.

2.3. Sağlık Turizminde Hastaların Tercih Nedenleri

Sağlık sektöründe müşteri memnuniyeti çok ön planda yer almaktadır. Müşterilerin farklı beklentilerle başvurduğu sağlık sektörü her müşterinin beklentisini karşılayabilmek için hizmet sektörünü ön planda tutmak zorundadır. Genel itibariyle sağlık sektörleri yurt içi ve dışı olmak üzere iki farklı müşteriye sahiptirler. Bunun gibi birçok nedenle birlikte sağlık müşterileri birbirlerinden oldukça farklı olabilmektedir. Milletten, dine, dile ve beklentilere göre farklılıklar göstermektedir (Serbest, 2006: 54). Sağlık hizmetleri müşterilerinin sadece hasta ve tedavi arayan kişilerden oluşmadığı da bir gerçektir. Sağlık işletmelerinde hizmet sunan tüm bireyler sağlık hizmetlerinin müşterisi konumunda olabilmektedir. Hatta bu sürece dâhil olan kurumlar, kuruluşlar çeşitli büyük veya küçük işletmeler sağlık sektörünün müşterilerini oluşturmaktadır. Çok geniş bir kitleye hizmet sunan sağlık sektörünün müşterileri sadece tedavi almaya gelmiş kişilerden oluşmamakta, tedavi ve hizmeti sunan her alanda müşteri kabul edilmektedir (Tuzcuoğlu, 2003: 67).

Zamanla bütün işletme ve sektörler için hayati önem taşıyan müşteri memnuniyeti sağlık sektöründe de hasta memnuniyeti olarak kendini göstermiştir. Hasta memnuniyetin sağlanması durumunda sağlık kurum ve işletmeleri varlıklarını korumaktadır. Her işletmenin devamlılığını koruması müşterilerin işletme memnuniyetlerine bağlıdır. Sağlık sektörü de bire bir kişi ile iletişimde olan bir işletme olduğundan müşterilerin, hastaların memnuniyeti çok önemli bir yere sahiptir. Hasta memnuniyeti aynı zamanda sağlık işletmelerinin işleyişlerini de şekillendirmektedir (Güven, 2021: 4875). Hastaların beklentileri ne kadar hızlı ve iyi karşılanırsa memnuniyet oranları da o denli artacaktır. Ayrıca sağlık hizmetlerinin kalite ölçütlerini de hasta beklentileri oluşturmaktadır. Sağlık hizmetleri başka işletmelerle değil kendisiyle yarışır durumdadır. Kalite ölçütü gün geçtikçe daha çok önem kazanan bir durum haline gelmiştir. Günümüz dünyasında çağın ilerlemesi, teknolojinin gelişmesiyle beraber sağlık hizmetlerinin kendi içlerinde ve karşılıklı rekabetleri artmış duruma gelmiştir (shgmturizmdb.saglik.gov.tr (a)). Hasta beklentilerine önem verilmesi ve hasta memnuniyetinin her şeyden üstün tutulması günümüzde sağlık hizmetlerinin hizmet kalitelerinin artmasında ki en önemli sebeplerden biridir. Hasta memnuniyetine verilen önem iki taraflı kazanç sağlayan bir yoldur. Bu sayede hastalar kurumdan beklentilerini karşılamakta, kurumlar ise diğer hastalara karşı hazır duruma gelmektedir. Hasta memnuniyeti sadece hastanın beklentilerinin karşılanması durumuyla ilgili değildir. Hastaların tecrübeleri, değerleri ve beklentileriyle ilgilidir.

Hasta memnuniyetini sağlayan sağlık kuruluşları aynı zamanda hastalarını da korumaktadırlar. Bu sayede hastalara sağlık kuruluşuna karşı güven vermektedirler. Hasta memnuniyeti kavramı sayesinde hastalar haklarını söyleme ve arama konusunda daha cesur davranmaktadırlar. Günümüzde bir lüks değil zorunluluk olan hasta memnuniyetinin sağlanması sağlık işletmeleri yöneticilerinin en fazla mesai harcadıkları iş haline gelmiştir (Tükel ve diğerleri, 2004, : 211).

Hastaların belli sağlık kuruluşlarına gösterdikleri bağlılık ancak hasta memnuniyeti ile kazanılabilecektir. Günümüzde çoğu kişi bir sağlık kurumunu tercih etmeden önce başka kişilerin yorumlarına bakmakta ve buna göre tercihini yapmaktadır. Sağlanan hasta memnuniyeti sayesinde sağlık kuruluşlarının kâr oranları da artacaktır. Hastanın sağlık kuruluşuna olan bağlılığının artması, bir daha sağlık kuruluşuna ihtiyaç duyduğunda yine aynı yeri tercih etmesi ve buranın reklamını yapması sağlık kuruluşunda geçirdiği süre boyunca memnun olması durumuna göre şekillenecektir. Her ülke de bireyler sağlıklı yaşam hakkına sahiptirler. Sağlık kuruluşlarını tercih eden kişiler genellikle hasta olduklarından endişeli ve gergin olabilmektedirler. Hastaların sağlık kuruluşuna başvururken ilk amaçları hastalıklarından kurtulmak olmaktadır. Hastalara sunulan sağlık hizmetlerinin yeterli ve güncel



olması, aynı zamanda da hastaların değerlerine uygun olması gerekmektedir. Globalleşen bir sektör haline gelen sağlık hizmetleri özellikle hastaların değer yargılarına saygılı davranmak zorundadır. İnsancıl nedenler ve özelliklerden kast edilen ilk şey hastalara uygulanacak tedavi yöntemlerinin güncel ve teknik elemanlarla desteklenmesidir (Karaca, 2004: 54).

Ekonomik nedenler her sektörde olduğu gibi sağlık hizmetlerinde de hastalar aldıkları sağlık hizmeti karşılığında para ödemektedirler. Sağlık kuruluşlarına gelen hastalar aynı zamanda bu işletmelerin potansiyel müşterileridir. Hastalarda ödedikleri paranın karşılığını almak istemektedirler. Hastalar genel olarak paralarının karşılığında ilgilenilmek ve bilgilendirilmek istemektedirler (Zubaroglu Yanardağ 2017: 33). Müşterilerde sağlık hizmetlerinde harcadıkları paraya binaen daha dikkatli tercih yapmakta ve ödedikleri paranın karşılığını almaya çalışmaktadırlar. Bireyler sağlıkları için çalışan bu minvalde hareket eden bünyelere sahiptirler. Çünkü sağlığının iyi olmaması kişileri fiziksel ve ruhsal olarak çok yormakta, aktivitelerden zevk almalarını düşürmektedir. Sağlık hizmetlerinin her zaman hasta memnuniyetini ön planda tutmaları sağlık pazarlarındaki yerlerini sağlamlaştıracaktır (Yıldırım, 2021: 54).

3. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

3.1. Araştırma Yöntemi

Bu araştırmada Türkiye’den sağlık hizmeti alan yabancıların hizmet alma ve araştırma süreçlerindeki tercih etme motivasyonlarının değerlendirilmesi süreci ele alındığından derinlemesine analiz imkânı veren nitel araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Nitekim nitel araştırma yönteminde araştırma sorusuna dair derinlemesine bilgi edinilirken nasıl ve niçin sorularının cevapları da analiz edilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2013: 12). Nitel araştırma yaklaşımının birçok farklı deseni bulunmaktadır. Bu araştırmada, nitel araştırma desenlerinden görüşme metodu kullanılmıştır. Görüşme metodunda veriler görüşme formu aracılığıyla toplanmaktadır. Bu metod araştırması yapılan konunun farklı perspektiflerden sorgulanmasına ve analiz edilmesine imkân sunması bakımından öne çıkmaktadır. Katılımcılara açık uçlu sorular sorulduğundan geniş açıklamalar ve cevaplar alınabilmekte araştırma konusu derinlemesine incelenebilmektedir. Ayrıca görüşme metodu ilgili konuya farklı yaklaşımların da ortaya çıkmasını sağlamaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2013: 54).

3.2. Evren ve Örneklem

Araştırmaya 2021-2022 yılında devlet ve özel hastanelerde çalışan 12 iş gören katılmıştır. Çalışmaya katılan 12 çalışanın dördü kadın sekizi erkektir. Araştırma grubunun seçiminde amaçlı örnekleme yöntemlerinden olan kolayda örnekleme dikkate alınmıştır. Kolayda örnekleme araştırmacı tarafından yakın olarak yerlerin örnekleme içinde seçilmesi anlamına gelmektedir. Bu şekilde hem zamandan hem de bütçe konusundan tasarruf edilmektedir (Baştürk ve Taştepe, 2013: 23).

Tablo 1: Katılımcıların Demografik Özelliklere Göre Dağılımı

Katılımcı No	Cinsiyet	Yaş Aralığı	Deneyim Süresi	Hangi Dilleri ne seviyede biliyorsunuz?	Eğitim Durumu	Üniversiteden Hangi Bölümden Mezun Oldunuz?
1	E	45-60	40 Yıllık	Arapça- Çok İyi	Lisans	İktisat
2	E	45-60	40 Yıllık	Arapça- Çok İyi	Y. Lisans	İletişim
3	E	30-45	10 Yıllık	Arapça ve İngilizce	Lisans	Mühendislik
4	E	30-45	10 Yıllık	Arapça ve İngilizce	Lisans	İktisat
5	K	30-45	12 Yıllık	Fransızca- Bambaraca	Lisans	Askeri Okul
6	E	30-45	16 Yıllık	Fransızca- Bambaraca	Lisans	Ticaret
7	E	45-60	16 Yıllık	Fransızca ve İngilizce	Lisans	Ticaret
8	E	15-30	5 Yıllık	Fransızca- Bambaraca	Lise	Öğrenci
9	E	30-45	20 Yıllık	Fransızca-Çok İyi	İlkokul	-
10	K	30-45	15 Yıllık	Bambaraca	Lisans	Ticaret
11	K	30-45	15 Yıllık	Fransızca- Bambaraca	Lise	Ticaret



12	K	15-30	10 Yıllık	Fransızca- Bambaraca	Lise	Askeri
----	---	-------	-----------	----------------------	------	--------

Tablo 1 incelediğinde katılımcıların mesleki deneyimlerinin yüksek olduğu görülmektedir. Bununla birlikte katılımcıların 8'inin erkek 4'ünün kadın olduğu belirlenmiştir. Farklı bölümlerden mezun olan sağlık turizmi koordinatörlerinin genel olarak farklı dilleri de bildikleri söylenebilir.

3.3. Araştırmanın Sınırlılıkları

- Araştırma görüşme formundan toplanan verilerle sınırlıdır
- Araştırma 2021-2022 tarihinde örnekleme dahil edilen iş görenlerle sınırlıdır.

3.4. Veri Toplama Araçları ve Verilerin Analizi

Bu çalışmada, veri toplamak için yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Sorular literatürdeki çalışmalar ve sorunların incelemesiyle oluşturulmuştur. Açık uçlu olan görüşme formunda yer alan sorular uzman denetiminden geçirilerek görüşme formuna son hali verilmiştir. Uzman denetiminden geçirilen görüşme formundan bazı sorular silinmiş yerlerine farklı sorular eklenmiştir. Ortalama kişi başı 40-50 dakika süren görüşmeler yapılmıştır. Bu katılımcıların soruları titizlikle cevaplanmıştır. Daha sonra toplanan veriler analiz aşamasına getirilmiştir.

Görüşme formunda yer alan soruların bir kısmı şunlardır:

- Yurt dışından gelen hastalar daha çok hangi sağlık birimi için gelmektedir?
- Size müracaat eden hastaları düşündüğünüzde en çok hangi ülkelerden gelmektedirler? Size müracaat eden hastaları düşündüğünüzde sağlık turizmine yönelmelerini sağlayan nedenler nelerdir?
- Sizce sağlık turizmi için yer tercih eden hastalar genel olarak nelere dikkat etmektedirler?

Görüşme formu, nitel veri toplama araçlarının en sık tercih edilenleri arasında öne çıkmaktadır (Aktaş, 2015: 67). Veri toplama aracındaki soruların anlaşılır olmasına ve belirli bir mantık sırası takip etmesine özen gösterilmiştir. Bununla birlikte soruların çok boyutlu olmasına önem verilmiş ve analizler bu boyutlar bağlamında yapılmıştır. Bununla birlikte geliştirilen veri toplama aracı uzman denetiminden de geçirilmiştir. Bununla birlikte veri toplama aracı geliştirilirken uzman görüşü alınarak soruların daha anlaşılır olması ve sağlık personeline uygun olarak revize edilmiştir. Araştırmada katılımcılardan elde edilen nitel veriler içerik analiziyle çözümlenmiştir. Bu çalışmada, görüşmeler deşifre edildikten sonra görüşme soruları çerçevesinde tekrar tekrar okunmuştur. Katılımcıların verdikleri cevaplar görüşme sorularının boyutları ile birlikte düşünülerek farklı boyutlarla incelenmektedir. Toplanan verilerle incelenen literatür arasındaki ilişkinin değerlendirilmesi yapılmaktadır. Bu bağlamda araştırmanın bulgular bölümünde bir yandan katılımcı görüşlerinden doğrudan örnekler verilirken diğer yandan literatürdeki araştırmalarla analiz edilmeye çalışılmaktadır.

BULGULAR VE YORUM

Araştırmanın bu aşamasında sağlık turizmi koordinatörlerinden toplanan veriler üç boyutta analiz edilecektir.

- Sağlık turizmi için gelen hastaların geldiği ülkeler ve sağlık sorunları boyutu
- Sağlık turizminde yer ve hastane tercih etme boyutu
- Sağlık turizminde Türkiye'nin tercih edilme nedenleri boyutu
- Sağlık turizminin sorunları

3.5. Sağlık Turizmi İçin Gelen Hastaların Geldiği Ülkeler ve Sağlık Sorunları Boyutu

Katılımcılardan elde edilen veriler incelendiğinde sağlık turizmi için Türkiye'ye gelen hastaların çeşitli nedenlerle geldiği gözlemlenmektedir. Bununla birlikte sağlık turizmi için gelen hastaların da çeşitli



ülkelerden geldiği görülmektedir. Bu ülkelerin arasında Avrupa ülkeleri yer aldığı gibi Arap yarımadası ülkeleri ve Afrika ülkeleri yer almaktadır. Sağlık turizmine yönelme nedenleri arasında ise plastik cerrahiden daha çok doğrudan sağlık sorunlarının öne çıkmaktadır. Bu doğrultuda 1 nolu katılımcı kendisine yönelen hastaların sağlık turizmine yönelme nedenlerinde etkili olan hastalıkları şöyle ifade etmektedir.

Kanser Hastalığı

Böbrek Yetmezliği ve Karaciğer Yetmezliği olarak organ nakli Omurga Şekil Bozuklukları. Kafa ve Omurilik Yaralanmaları

1 nolu katılımcının belirtmiş olduğu hastalıkları insan hayatını doğrudan bir şekilde etkileyen yaşamsal sorunlardır. Buna benzer bir başka soruna dair sağlık turizmi nedenini ise 11 nolu katılımcı şöyle dile getirmektedir: *hepatit B olmuş bir hasta karaciğer nakli olmak geldi.* 3 nolu katılımcı da gelen hastaların gelme nedenlerini organ nakli çerçevesinde *böbrek yetmezliği ve karaciğer yetmezliği* olarak belirtmektedir.

Üç katılımcının belirtmiş olduğu bu görüşlerde hastaların sağlık turizmine yönelmesinde organ naklinin etkili olduğu görülmektedir. Türkiye’de son dönemde gelişmeye başlayan organ nakli teknolojisi ve tıbbi deneyim sağlık turizmi açısından hastaların Türkiye’ye yönelmesinde etkili olmaktadır. Organ nakli açısından önde gelen üniversite hastanelerinden birisi olan Akdeniz Üniversitesi de bu bağlamda sağlık turizmde öne çıkmaktadır. Sağlık turizmindeki payını artırmak isteyen üniversite hastanesinin Avrupa, Rusya ve Arap ülkeleriyle temaslar da bulunduğu gözlemlenmektedir (akdenizorgannakli.net).

Araştırmanın veriler bu çerçevede düşünüldüğünde organ nakli için gelen hastaların olduğunun görülmesi önemlidir. Çünkü organ nakli tıbbi bir müdahale olarak zor bir ve önemli bir operasyon olduğundan bu tür faaliyetlerden memnun dönem hastaların ülkedeki sağlık turizminin daha geliştireceği söylenebilir. Organ nakli gibi zor operasyonlar turizm açısından döviz girdisi sağlaması bakımından da önemlidir.

Organ nakli dışında katılımcıların, hastaların sağlık turizmine yönelmesinde etkili olarak gördükleri bir diğer hastalığı ise göğüs hastalıklarının oluşturduğu görülmüştür. Göğüs hastalıklarını ise kalp ve damar sorunları, hematoloji ve romatoloji takip etmektedir. 12 nolu katılımcı kendisine müracaat eden hastalar için şu ifadelerle yer vermektedir: *göğüs biyopsi sonrasında ve lenfoma ameliyat olan hastalar yer almaktadır.* 10 nolu katılımcı göğüs hastalıkları dışında gelen hastaların gelme nedenlerini şöyle sıralamaktadır: *kardiyoloji: anjiyo, eps ablasyon, romatoloji: ilaç tedavisi.*

Kalp hastalıklarının tedavisi için gelenleri ifade eden bir diğer katılımcı ise 2 nolu katılımcı olmuştur. Bu bağlamda 2 nolu katılımcı şu ifadelerle yer vermektedir: *koroner arter hastalığı, kalbi besleyen atar damarların daralması ya da tamamen tıkanması, kalp kapak hastalığı, kalp kası hastalığı ve kalp enfeksiyonu.* 2 nolu katılımcı öne çıkardığı diğer hastalıkları ise şöyle sıralamaktadır: *dermatoloji hastalıkları, romatoloji: romatoid artrit, kireçlenme (osteoartrit), akut eklem romatizması ve gut ve pseudogut (kondrokalsinoz).* 4 nolu katılımcı ise sağlık turizmi için kendisine gelen hastaların geldiği sağlık birimleri için şu ifadelerle yer vermektedir:

Gastroenteroloji: Karaciğer Sirozu, Karaciğer Apseleri ve Karaciğer Apseleri Hematoloji: Anemi, Kanama Bozuklukları, Kemik İliği Yetersizlikleri ve Lösemi

Noroloji: Als Hastalığı, Alzheimer Hastalığı, Beyin İltihabı ve Beyinde Damar Tıkanıklığı

4 nolu katılımcının görüşleri incelendiğinde hastaların genellikle çeşitli sağlık birimleri için geldiği görülmektedir. Ancak 4 nolu katılımcının görüşlerinde de sağlık birimlerinin ciddi ve önemli sağlık birimleri olduğu gözlemlenmektedir. 5 ve 6 nolu katılımcının görüşlerinde ise beyin ve sinir cerrahisinin öne çıktığı görülmektedir. Beyin ve sinir cerrahisi için gelen hastaların bel ve boyun rahatsızlıkları için gelmekle birlikte bu sağlık birimi için gelen hastaların sağlık sorunlarının da önemli sorunlar olduğu söylenebilir. Öne çıkan bir diğer sağlık birimini ise üroloji oluşturmaktadır. 7 ve 9 nolu katılımcının görüşlerinde öne çıkan üroloji birime dair görüşler (7 ve 9 nolu katılımcılar) sırasıyla şöyledir:



Mesane ve sistektomi sorunları (Sistektomi, mesaneyi çıkarmak için yapılan bir ameliyattır. Erkeklerde mesanenin tamamının çıkarılması (radikal sistektomi) tipik olarak prostatın ve seminal veziküllerin çıkarılmasını içerir)

Üroloji: varikosel ameliyat, erken boşalma tedavisi, sertleştirme tedavisi, PRP işlemi yöntem olarak, spem sayısı tedavisi akıntı, sinusit tedavisi

Katılımcı görüşleri sağlık turizmi için gelen hastaların daha çok hangi sağlık birimleri için geldikleri bağlamında incelendiğinde hastaların genel olarak ciddi sağlık sorunları için geldikleri gözlemlenmiştir. Sağlık turizminde hastalar cildiye, plastik cerrahi ya da estetik gibi nedenlerle değil yaşamsal sorunlar nedeniyle gelmişlerdir. Bu tür sağlık sorunlarının katılımcı görüşlerinde öne çıkmasında Türkiye'deki son dönem gelişmelerin de etkili olduğu söylenebilir.

Katılımcı görüşleri sağlık turizmi için gelen hastaların geldikleri ülke bağlamında incelendiğinde ise Avrupa ülkeleri ve özellikle de Fransa'nın öne çıktığı görülmüştür. Fransa'nın öne çıkmasında ise sağlık koordinatörlerinin Fransızcaya hâkim olmasının etkili olduğu söylenebilir. Nitekim katılımcı sağlık koordinatörleri arasındaki 7 kişinin iyi derecede Fransızca bildiği görülmektedir. Bu sağlık koordinatörleri 5, 6, 7, 8, 9, 11, 12 olarak sıralanmaktadır.

Sağlık koordinatörlerinin etkili bir sağlık turizmi yapabilmeleri adına dil bilmeleri önemli bir ölçüt olarak öne çıkmaktadır. Farklı ülkelerden farklı dil tecrübeleri ile gelen hastalara kendi dillerinde hizmet veren önemli bir müşteri memnuniyeti ilkesi olarak da değerlendirilebilir. Her ne kadar sağlık turizmi için gelen hastalarla tercüman vasıtasıyla da iletişim kurulsa da ilk temasın sağlık koordinatörleri tarafından yapılması dil becerisini gerekli kılmaktadır.

Dile dair sorunlar sadece sağlık koordinatörleri çerçevesinde değil tedavinin uygulandığı hastanelerde de önemli bir sorun olarak öne çıkmaktadır. Bu bağlamda sağlık turizmine yönelik hizmet veren hastanelerin tercüman istihdam etmeleri kendi kurumlarının öne çıkmasında etkili bir pazarlama değişkeni olarak da değerlendirilebilir. Hastanelerdeki tercümanlar tam zamanlı olmasa da hastaların durumuna göre değişken zamanlardan istihdam edilebilir.

Söz konusu dil sorunlarının hasta memnuniyeti açısından iki açıdan önemli olduğu söylenebilir. Birincisi iletişim açısından ikincisi ise sağlık problemlerinin anlatılabilmesi açısından öne çıkmaktadır. Hastalar, kendi sağlık sorunlarına dair tüm sorunlarını tercüman vasıta ile aktardığında kendisini çok daha rahat hissedeceği gibi doktorun da tedavi uygulama yöntemi bu iletişim sayesinde gelişeceğinden aradaki tercümanın dile bilme yetisi önemlidir.

Katılımcı görüşleri incelendiğinde Avrupa ülkelerinden daha çok hasta alan sağlık koordinatörlerinin sırasıyla şöyle olduğu görülmektedir:

- 12 nolu katılımcı Almanya Fransa 10 nolu katılımcı Amerika Fransa 6 nolu katılımcı Tunus ve Fransa.
- 7 nolu katılımcı Almanya, Amerika ve Fransa 8 nolu katılımcı Belçika, Amerika ve Fransa 5 nolu katılımcı Tunus ve Fransa

Yukarıdaki katılımcıların hastalarının Fransa, Almanya, Amerika, Belçika gibi ülkelere gelmesi Türkiye açısından da son derece önemlidir. Avrupa'dan ve Amerika'dan gelen hastaların memnun olarak geri dönmesi Türkiye için de önemli bir sağlık turizmi geliri olacağı unutulmamalıdır. Türkiye'ye Avrupa ülkelerinden sağlık turizmi için hastaların gelmesinde döviz kurunun etkileri olduğu gözlemlense de tek neden bu değildir. Nitekim burada söz konusu sağlık olduğundan gelen hastaların tek tercih nedenlerini ekonomik sorunlar oluşturmadığı gibi öncelikli tercih nedenlerini de bu durum oluşturmamaktadır. Dolayısıyla bu ülkelere sağlık turizmi için Türkiye'ye gelinmesinde ülkenin sağlık açısından kaliteli bir hizmet sunması öne çıkmaktadır. Avrupa ülkeleri dışında Türkiye'ye gelen hastaların arasında Irak ve Sudan ve Fildişi Sahili ülkelerinin çıktığı belirlenmiştir. Bu bağlamda katılımcı sağlık koordinatörleri kendilerine ulaşan hastaların ülkeleri şöyle sıralanmaktadır:

- 1 nolu katılımcı: Irak, Fas ve Cezayir



- 11 nolu katılımcı: Mali, Fildişi Sahilli ve Burkınafaso2 nolu katılımcı: Sudan, Cezayir
- 3 nolu katılımcı: İran, Suudi Arabistan ve Qatar4 nolu katılımcı: Sudan, Mısır ve Irak
- 9 nolu katılımcı: Mali, Fildişi Sahilli ve Gine

Bu ülkelerden gelen sağlık turistleriyle sağlık koordinatörlerinin Arapça ve İngilizce dilleriyle iletişime geçtiği görülmektedir. Ayrıca katılımcılar arasında (5, 6 10, 11 ve 12 nolu katılımcılar) Mali dili olan bambaracayı da bildikleri görülmektedir. Dolayısıyla Mali'den gelen hastalar olduğu Malili hastaların farklı ülkelerden de Türkiye'ye geldikleri görülmektedir. Bununla birlikte özellikle Katar ve Suudi Arabistan gibi zengin ülkelerden sağlık turizmi adını da turist çekilmesi Türkiye adına önemli bir pazar olarak öne çıkmaktadır. Türkiye'nin Ortadoğu pazarında sağlık turizmi adına öne çıkması için pazarlama tekniklerinin geliştirilmesi gerektiği söylenebilir. Bu bölgedeki ülkeler coğrafi olarak Avrupa'dan daha çok Türkiye'ye yakındırlar. Bu yakınlık sadece coğrafi olarak değil bununla birlikte kültürel açıdan da bir yakınlıktır. Dolayısıyla Irak, İran, Katar, Suudi Arabistan gibi ülkelerde sağlık turizminin pazarlamasının yapılması gerekliliği öne çıkmaktadır. Söz konusu Katar ve Suudi Arabistan olduğunda bu iki ülkenin spor alanında da büyük yatırımlarının olması ekonomik güçlerinin olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla ekonomik olarak güçlü olan bu ülkelerden hasta çekme Türkiye'nin de sağlık turizmi açısından hedefleri arasında yer alabilir. Katılımcılar arasında dört kişinin (1, 2, 3 ve 4 nolu katılımcılar) Arapça bilmesine rağmen Arap bölgesinden yeterince sağlık turistinin gelmediği söylenebilir. Sağlık turizmi için Türkiye'ye gelen turistlerin geniş bir coğrafi alandan geldiği görülmekle birlikte farklı ülkelerden de turistlerden gelmesi için çaba harcanması gerektiği söylenebilir. Bu coğrafyaların başında Çin ve Hindistan gelmektedir. Dünyanın en büyük nüfusunun olduğu bölgeler olarak öne çıkan bu iki bölge özelinde de pazarlama faaliyetlerinin yapılması gerekliliği gözlemlenmektedir.

3.6. Sağlık Turizminde Yer ve Hastane Tercih Etme Boyutu

Sağlık turizmi için yer ve hastane tercihinde birçok farklı (hizmet kalitesi, ekonomik nedenler, sosyal nedenler v:) etmen öne çıkmaktadır. Sağlık turizmine yönelen hastaların katılımcı görüşleri çerçevesinde yönelimlerini etkileyen pazarlama etmenleri incelendiğinde öncelikler sağlık koordinatörlerinden memnun kalmalarının öne çıktığı görülmektedir. Daha önce Türkiye'ye gelen hastaların memnun kalmaları yeni hastaların da sağlık turizminde yer seçme nedenlerinde doğrudan etkili olduğu belirlenmiştir. Bu bağlamda 1, 2, 3, 4, ve 9 nolu katılımcı sağlık koordinatörleri "*size daha önce hizmet verdiğiniz başka hasta aracılığıyla ulaştım ifadesine yer vermektedir*". Bu şekilde mesajlar aldıklarını ileten sağlık turistlerinin sadece sağlık koordinatöründen değil genel sağlık hizmetlerinde de memnun kalması gerekmektedir.

Sağlık turistlerinin yer ve hastane tercihinde etkili olan bir diğer etmeni ise sosyal medyanın oluşturduğu belirlenmiştir. Bu doğrultuda 5, 6, 7, 8, 10, 11 ve 12 nolu katılımcıların Instagram uygulamasını öne çıkardığı gözlemlenmektedir. Sağlık koordinatörleri kendilerine ya da doğrudan hastanelerin sağlık turizmi birimlerine ulaşan hastaların sosyal medya üzerinden yapılan tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinde de etkilenecek yer ve hastane seçimi yaptıklarını ifade etmektedirler. Katılımcı görüşleri hastaların sağlık koordinatörlerine ya da hastanelerin ilgili birimlerine nasıl ulaştığı konusunda incelendiğinde birincisi önceki hastaların yönlendirme ve tavsiyelerinin etkili olduğu görülmüş hem de sosyal medya kanallarından yapılan pazarlamaların etkili olduğu belirlenmiştir. Ancak sağlık koordinatörlerine tavsiyeye ulaşan hastaların da yine bir başka sosyal medya uygulaması olan whatsapp üzerinden ulaştıkları tespit edilmiştir. Şu hâlde sağlık turizmi tüketicilerine ulaşma noktasında sosyal medya kullanmak da bu alanlar üzerinde pazarlama faaliyetleri yürütmek de zorunluluğa dönüşmüş durumdadır. Bu alandaki literatür incelendiğinde sosyal medya pazarlamasının öneminin de belirtilmiş olduğu görülmektedir (Aykın, 2021; Şimşek ve Ayyıldız, 2023). Özellikle sağlık turizmi için gelen hastaların hastane ve doktor tercihlerinde etkili olan sosyal medya pazarlamasının bu araştırmadaki katılımcı görüşlerinde de Instagram özelinde de öne çıktığı gözlemlenmektedir.

Instagram uygulamasının öne çıkarılmasında Instagram uygulamasının özelliklerinin öne çıktığı söylenebilir. Nitekim Instagram uygulamasının temel özelliklerinden birisini görsel paylaşımı oluşturmaktadır. Hem görsel hem de kısa videoların paylaşılmasına olanak sağlayan instagram

uygulamasıyla hastanelerin fotoğrafları ve tanıtım videoları paylaşılabilir. Buradaki bir diğer önemli noktayı ise tüketicilerin sosyal medyayı araştırma aracı olarak da görmesinden ileri gelmektedir. Nitekim günümüzde her tüketici satın alacağı ürüne yönelik de işletmeye yönelik sosyal medya üzerinden araştırma yapmaktadır. Söz konusu sağlık turizmi olduğunda da sosyal medya araştırma araçlarından birisi olmaya devam etmektedir. Bu bağlamda hem sağlık koordinatörlerinin kendi şahsi adlarına sosyal medya hesabı açmaları gerektiği gibi hem de sağlık turizmi merkezinde hizmet veren hastanelerin bu yönde kurumsal sosyal medya hesabı açması gerekmektedir. Sağlık turizmi için seyahat eden hastaların yer ve hastane tercihlerinde etkili olan bir diğer değişkeni ise hastanelerde verilen hizmetin kalitesi ve doktorların oluşturduğu gözlemlenmiştir. Katılımcı görüşleri incelendiğinde sağlık koordinatörlerinin sağlık turistlerinin öncelikle hastane personelinin davranışlarından ve iletişim becerilerinden etkilendiklerini aktardıkları görülmektedir. Bu bağlamda sırasıyla 3, 4, 2 nolu katılımcıların görüşleri şöyle sıralanmaktadır:

- Bütün ekibin davranışlarının iyi olması Hastanede verilecek hizmetin kalitesi
- Hizmetlerin kalitesi ve daha önce gelen hastaların olumlu sonuç alma durumları

Katılımcıların gerek buradaki görüşleri gerekse de -biraz sonra belirtilecek olan- doktor ya da hemşirelere dair görüşlerinin de iletişim becerileri ve hizmet kalitesi üzerine yoğunlaştığı gözlemlenmektedir. Sağlık turizmi için gelen hastaların birincil kaygılarını hastalıklarının iyileşmesi olsa da yine de müşteri statüsünde de değerlendirilmektedir. Geldikleri kurumları için önemli bir gelir kaynağı olan sağlık turistleri de için de birincil tercih nedenini sağlık hizmetlerinin kalitesi teşkil etse de hastanedeki tüm değişkenlerin de (doktor, hemşire, hasta bakıcı, eczacı, tercüman, memur v:) etkili iletişim kurmasını beklemektedirler. Nitekim 1 nolu katılımcı yer ve hastane tercihinde etkili olan etmeni *hizmet ve çalışanların davranışları* olarak ifade etmektedir. Alınan hizmet ve hasta ve hasta yakınlarına gösterilen ihtimam ve davranışlar o denli önemli bir hale gelebilmektedir ki zaman zaman kaliteli hastane tercihlerinin de önüne geçmektedir. Bu noktada sadece hastanın kendisi değil hastanın yakınındaki refakatçilere yönelik tutum ve davranışlar da etkili olmaktadır. Dolayısıyla hastane personelinin bu konuda eğitilmiş olması gerekmektedir. Katılımcıların görüşleri derinlemesine incelendiğinden yurt dışından gelen hastaların etkili iletişim kurmaktan kasıtlarının nezaket ve kibarlığı kast ettiği görülmektedir. Nazik bir dil kullanımı hastaların memnun ayrılmasını sağladığı gibi başka hastalara da bu kurumu tavsiye etmelerinde önemli bir etmen olmaktadır. Katılımcıların bir kısmı hastanedeki hizmet kalitesini öne çıkarmakla birlikte katılımcıların tamamının doktorların kalite ve niteliğini öne çıkardığı belirlenmiştir. Bu doğrultuda katılımcıların hastane tercihlerinde etkili olan doktora dair görüşleri şöyledir:

- 3 nolu katılımcı; doktorların kariyerleri
- 4 nolu katılımcı; doktorlar ve hemşirelerin kariyerleri
- 10 nolu katılımcı; hastane, doktorlar, doktorun ekipleri ve hemşerileri. Ayrıca hastane Türkiye'nin en iyi hastaneleri arasında mı? diye de araştırma yapıyorlar.
- 11 nolu katılımcı; ilk önceden hastanenin doktorlar tecrübesine bakıyor. 12 nolu katılımcı; öncelikle doktorun samimiyet ve çerçevesi.
- 1 nolu katılımcı; doktorlar kariyerleri
- 9 nolu katılımcı; öncelikle doktorların tecrübesine bakıyor.
- 7 nolu katılımcı; hastane, doktorlar, ekipleri ve ortamı çok temiz olmalı. Türkiye'nin en iyi kalite doktorları mı diye bakıyorlar ve doktorların uluslararası hastalarla ilgilenmesini araştırıyorlar.
- 8 nolu katılımcı; hastane, doktorlar, ekipleri ve ortamı çok temiz olmasını bekliyorlar. Türkiye'nin en iyi doktorlarını geldikleri ülkelerin cihazlarıyla karşılaştırıyorlar.
- 5 ve 6 nolu katılımcılar; hastane, doktorlar ve ekipleri Türkiye'nin en iyi doktorları mı diye araştırıyorlar.

Katılımcıların neredeyse tamamının doktor kalitesini sağlık turizminde tercih edilen hastanelerde en önemli değişken olarak görmektedir. Doktorluk gerek ülkemizde gerekse de tüm dünyada kabul görmüş bir kariyer olarak öne çıkmakla birlikte hastalarında bu alandaki en nitelikli doktorlarla birlikte çalışmak



istedikleri görülmektedir. Sağlık turizmine yönelen hastaların -özellikle de bu araştırma özelinde- kritik hastalıklar için geldikleri tespit edilmiştir. Dolayısıyla da kendi alanında uzman doktorlarla çalışmayı tercih etmektedirler. Günümüzde birçok meslek grubunda olduğu gibi doktorların da gerek kendi özel kliniklerinde gerekse de çalıştıkları hastanelerde öz geçmişleri yer almaktadır. Sağlık turistlerinin kaliteli doktor arayışlarında doktorların öz geçmişlerini inceleyerek hareket ettikleri söylenebilir. Ama burada 7 nolu katılımcının görüşü de öne çıkmaktadır. Nitekim 7 nolu katılımcı doktorların uluslararası hastalarla ilgilenmesini araştırıyorlar görüşüyle daha çok uluslararası hastalara hizmet veren doktorları incelediklerini göstermektedir. Doktorlar hasta ayırt etmemekle birlikte doktorların bir kısmının sağlık turizmine yönelen hastalara daha fazla yöneldiği gözlemlenmektedir. Özellikle özel hastanelerin sağlık turizmi departmanlarının olması ve bu alanda başka doktorlar görevlendirmeleri söz konusu olmaktadır. Dolayısıyla sağlık turizmine yönelen hastalar daha çok bu sahada hizmet veren doktorları araştırmaktadır. Bu alanda hizmet veren doktorlarla diğer doktorlar arasında mesleki beceri farkları olmasa da sağlık turistlerinin etkilenebileceği doktorlar bu alana yönlendirilebilmektedir.

Katılımcı görüşleri incelendiğinde katılımcıların tamamının da doktor kalitesini önemsedikleri görülmüştür. Bu bağlamda özel hastanelerin sağlık turizmine yönlendirilen doktorların sağlık turistlerinin ilgisini çekebilmek adına iki özelliğine dikkat çekilebilmektedir. Birinci özelliği doktorların yabancı ülkelerdeki okullardan ya da Türkiye'nin marka üniversitelerinden mezun olmaları teşkil etmektedir. Söz konusu Türkiye olduğunda, Türkiye'nin de tıp alanında dünya çapında bir eğitim ağının olduğu görülmektedir. Bu bağlamda ÇAPA, Hacettepe gibi üniversite mezunları bu alanlara kaydırılabilmektedir. Bununla birlikte uzmanlıklarını yabancı üniversitelerde yapan doktorların da sağlık turistleri tarafından öne çıkarıldığı gözlemlenmektedir. Sağlık turistleri için etkili ve önemli olan bir diğer tercih nedenini ise doktorların dil bilmesi oluşturmaktadır. Doktorların genel olarak İngilizce bildiği gözlemlenmekle birlikte İngilizcenin evrensel bir dil olması birçok hastayla iletişim kurmalarında etkili olmaktadır. Ancak hastaların hepsinin de İngilizce bilmediği göz önüne alındığında tercüman bulundurulması sağlıklı bir iletişim için son derece önemlidir. Sağlık turistlerinin hem memnuniyet kazanmasında hem de rahatsızlıklarını aktarmasında dil bilmek ve tercüman kullanmak önemli bir zorunluluk olarak öne çıkmaktadır. Katılımcıların bir kısmının doktorların kalitesiyle birlikte iletişim kurdukları sağlık turizmi acentelerinin kalitesini de öne çıkardıkları gözlemlenmektedir. Bu çerçevede sırasıyla 9, 11 ve 12 nolu katılımcıların görüşleri şöyledir:

- 9 nolu katılımcı; kendime güvende hissetmem gerekiyor hem hastane ve doktor hem de turizm acentesinin iletişimi önemlidir
- 11 nolu katılımcı; hastane doktorlar hem de turizm acente 12 nolu katılımcı; hastane doktorlar hem de turizm acente

Sağlık turizmde son derece etkili olan sağlık turizm acentelerinin de sağlık turistlerinin Türkiye'ye gelmesinde etkili olduğu katılımcı görüşlerinde öne çıkmaktadır. Acenteler diğer turizm etkinliklerinde olduğu gibi sağlık turizmde de hastane, doktor ve hasta arasındaki iletişimi sağlayanana unsurdur. Acentelerin güven vermesi gerekliliği ise 9 nolu katılımcı tarafından kendime güvende hissetmem gerekiyor görüşünde öne çıkmaktadır. Birçok turizm acentesi ve sağlık koordinatörü sadece hasta ve doktorla ya da kurumla aradaki iletişimi sağlamakla kalmayıp bununla birlikte hastanın şehir içindeki ulaşımında da bilgilendirilmesinde de rol oynamaktadır.

Sağlık turizmde hastaların seyahat etmelerinin birincil nedenini sağlık problemleri oluşturmakla birlikte hastaların sağlık durumlarına bağlı olarak kültür turizmi de sağlık turistlerinin beklentileri arasında öne çıkmaktadır. Bazı sağlık turistlerinin -organ nakli ya da ağır ameliyat gibi- ağır hastalıkları olduğunda sadece bu hastalıklara yöneldikleri görülmekle birlikte bir kısmının sağlık problemleri ağır olmadığından sağlık işlemleri bittiğinden geldikleri şehri de gezmek istemektedirler. İşte bu noktada turizm acentelerinin rolü ortaya çıkmaktadır. Sağlık turizmi acentelerinin dil bilmesi ve şehri gezdirmesi de kendisinden beklenen davranışlar olarak öne çıkmaktadır. Sağlık turistlerinin geldikleri şehirleri de önemsedikleri katılımcı görüşlerinde de gözlemlenmektedir. Sağlık problemleriyle birlikte kültür turizminin birleştirmek isteyen turistler için şehir tercihi de son derece önemli bir hal aldığından İstanbul gibi iller öne çıkmaktadır. Bu bağlamda 4 nolu katılımcı sağlık turistlerinin şehir tercihinin sağlık turizmine yönelik şu

ifadeye yer vermektedir: büyük şehirde hem tedavi hem de gezme imkanları olabilir. 6 nolu katılımcı ise şehir tercihinine yönelik şöyle demektedir: İstanbul gibi büyük bir şehirde kendinizi şımarttığınızda çok fazla avantajınız oluyor.

Sağlık turistlerinin şehir tercihlerinde tek etkili olan nedeni kültür turizmi yapmak oluşturmamaktadır. Bununla birlikte büyük şehirlerde kaliteli doktor bulmaları kolay olduğundan dolayı turistler bu şehirlere yönelmektedir. Büyük şehirlerde farklı doktorlara ya da uzmanlık hizmetlerine ulaşmak da kolay olduğundan bu şehirlerin turist tercihlerinde öne çıktığı gözlemlenmektedir. Örneğin 8 nolu katılımcı doktor kalitesi ve büyük şehir arasındaki ilişkiyi şöyle aktarmaktadır: İstanbul'daki doktorlardaha üstün niteliklere sahip olmaktadır.

Sağlık turistlerinin şehir tercihlerinde etkili olan bir değişkeni ise şehrin turistlere sunmuş olduğu diğer önemli hizmet imkanları oluşturmaktadır. Bu hizmetlerin başında ise otel hizmetleri, tercüman hizmetleri ve yemek hizmetleri gelmektedir. Yurt dışından gelen insanlar gelmiş oldukları kültürün mutfak kültürüne hemen adapte olamadığından turistlere yönelik olarak geniş bir yelpazede yemek sunan işletmelerin de olması gerekmektedir. Bununla birlikte otel hizmetlerinin çeşitli olması ve turistlerin geniş bir yelpazeden seçim yapabilmeleri önemlidir. Şehrin bu özelliklerine yönelik 9 nolu katılımcı şu ifadelerle yer vermektedir:

Büyük şehirlerde avantaj; rahat otel bulunur, farklar yemekler bulunur, dil bilenler tercüme için bulunabilir ve apart oteller kiralık bulunur.

Sağlık turizmi için gelen turistlerin birincil amaçları tedavi olmak olsa da şehirde ki barınma ve otel imkanları da son derece önemlidir. Her şehirde otel imkânı olsa da büyük şehirlerde farklı türde oteller olduğu gibi apart oteller de bulunabilmektedir. 9 nolu katılımcının görüşlerinde öne çıkan apart otel beklentisi sıradan ve basit bir beklenti gibi görülse de aslında sağlık turistleri açısından son derece önemlidir. Sağlık turistleri geldikleri şehirlerde tedavi durumlarına göre uzun süreler kalabilmektedirler. Örneğin ameliyat olan hastaların tedavi süreçleri tedavinin durumuna göre de hastanın durumuna göre uzayabilmektedir. Bu tür durumlarda hem tedavi görece hastanın hem de refakatçilerin rahat etmesi önem kazandığından apart otelleri tercih edebilmektedirler. Apart oteller kendi içlerim mutfak hizmetleri de sunduğundan kalan kişiler kendi damak tarzlarına yemek pişirebilmektedir. Bazı hastanelerin misafirhaneleri olmakla birlikte uzun süreleri kalmalarda misafirhaneler de yeterli olmadığından apart tarzı oteller turistler tarafından tercih edilebilmektedir.

Katılımcı görüşleri genel olarak incelendiğinde hastane, doktor ve şehre dair değişkenlerin iç içe geçtiği görülmektedir. Hastanenin kaliteli ve nitelikli olması doktorun nitelikli olmasıyla birlikte değerlendirilmekle birlikte hastanenin tek başına da önemli olduğu katılımcılar tarafından ifade edilmektedir. Hastanenin iyi olması beklentisi 10, 11, 7, 8, 5 ve 6 nolu katılımcılar tarafından vurgulanmıştır.

7 ve 8 nolu katılımcıların hastanenin temiz olmasına yönelik ve cihazların kalitesine yönelik görüşleri sırasıyla şöyledir:

- Hastane, doktorlar, ekipleri ve ortamı çok temiz olmalı. Hastalarla ilgilenmesini araştırıyorlar Hastane, doktorlar, ekipleri ve ortamı çok temiz olmasını bekliyorlar. Türkiye'nin cihazlarını geldikleri ülkelerin cihazlarıyla karşılaştırıyorlar

7 nolu katılımcının görüşlerinde de öne çıktığı üzere hastanelerin hem temiz olması hem de cihazların kalitesi önemsendiği görülmektedir.

Sonuç olarak katılımcılar, birer sağlık koordinatörü olarak kendilerine ulaşan hastaların doktorların niteliği, şehrin özellikleri, otel imkânları, hastane imkânları gibi birçok farklı değişkene önem verdiklerini aktarmaktadırlar. Türkiye'ye gelen bu hastaların daha çok ağır hastalıklar için geldiği düşünüldüğünde hastanelerin ve doktorların nitelikli olmasının birincil beklentilerden birisi olduğu söylenebilir.



3.7. Sağlık Turizminde Türkiye'nin Tercih Edilme Nedenleri

Sağlık turizminin her geçen dönem gelişmesi ülkelerin de bu alandaki turizmdeki ekonomik ve ticari gelişiminden pay almalarını gerekli kılmaktadır. Bu bağlamda hem ülkeler arasında rekabet artmakta hem de hastanelerin uluslararası bir kimlik kazanma süreci hız kazanmaktadır. Araştırmanın bir önceki boyutunda görüldüğü üzere katılımcılar sağlık turizminin önemli ölçüde tedavinin bir parçası olarak görmekle birlikte kültür turizmini de bir alt neden olarak görmektedirler. Söz konusu Türkiye olduğunda ise sağlık turizmine turistlerin çekilmesinde hem ülkenin turizm kurumlarının hem de hastanelerin ilgili birimlerinin etkili olması gerekmektedir. Bu araştırmadaki katılımcılar Türkiye'ye gelen hastalarla iletişim kurduklarından Türkiye'nin tercihinde öne çıkan görüşlerde önemlidir. Sağlık koordinatörü olarak katılımcılar birçok farklı ülkeden hastayla ilgilenmektedir. Bu bağlamda katılımcılar, hastaların Türkiye'yi tercih etmesinde farklı etmenleri öne çıkarmaktadır. Bu görüşlerden birisini sağlık turizmi gelen turistlerin Türkiye'deki sağlık kalitesinin gelişmiş olması oluşturmaktadır. Bu bağlamda 3 ve 8 nolu katılımcıların görüşleri sırasıyla şöyledir:

- Onların ülkelerindeki sağlık sektörü gelişmemiş olduğu için ve Türkiye iyi olduğu için tercih ediyorlar. Evet, çünkü hastaneler ve doktorların tüm hizmetleri verimli.

Türkiye'nin sağlık sektöründe tercih edilen bir ülke olmasında sağlık hizmetlerinin kalitesinin doğrudan bir şekilde rol oynadığı görülmektedir. Bu bağlamda farklı çalışmalarda da Türkiye'nin sağlık kurumu kalitelerinin Avrupa ülkelerine kıyasla dahi iyi durumda olduğu aktarılmaktadır. Nitekim iyi doktor ve sağlık personeli yetiştiren Türkiye, bu konuda Avrupa ülkelerine de Amerika'ya sağlık çalışanlarını gönderebilmektedir. Bu durum Türkiye'nin sağlık konusunda kaliteli bir hizmet anlayışına da sahip olduğunu göstermektedir (Aksoy, 2016; Doğan ve Aslan, 2019). Dolayısıyla katılımcı görüşlerinde de gözlemlendiği üzere yurt dışındaki hastaların da Türkiye'yi tercih etme nedenlerinde ülkedeki doktorların nitelikli olması ve genel sağlık kalitesi de etkili olmaktadır. Türkiye'nin tercih edilmesinde sağlık hizmetlerinin kalitesinin vurgulayan katılımcı görüşleri ise şöyledir:

- 7 nolu katılımcı; evet çünkü hastanenin ve doktorlarımızın tüm hizmetleri verimli. 5 evet çünkü bakım kaliteniz çok iyi ve hemşireler çok iyi
- 6 evet çünkü bakım kaliteniz çok iyi ve hemşireler çok güler yüzlü

Buradaki katılımcı görüşleri değerlendirildiğinde Türkiye'nin tercih edilmesindeki tek sağlık kalitesi etmeninin doktorlar olmadığı görülmektedir. Sağlık sektörünün birincil unsurlarından birisini doktorlar oluşturmaktadır. Ancak diğer unsurlar da hemşire, hasta bakıcı v: doktor kadar önemli değişkeleri içermektedir. Hastane hizmetlerinin toplam kalitesinin de sağlık turizmi için gelen turistler tarafından değerlendirildiği görülmektedir.

Sağlık turizminin değerlendirmesini yapan turistler bir yandan almış oldukları tedavinin kalitesini değerlendirirken diğer yandan da sağlık hizmetlerinin toplam kalitesini değerlendirmektedirler. Katılımcı görüşleri incelendiğinde Türkiye'deki hastanelerin hizmet ve bakım kalitesi öne çıkmaktadır. Hastanelerdeki bakım kalitesinin iyi olması hasta bakıcılarını da içine alan geniş bir görüşü ifade etmektedir.

Türkiye'nin sağlık turizminde tercih edilmesinde -katılımcı görüşleri çerçevesinde incelendiğinde- öne çıkan bir diğer görüş ise Türkiye'nin turistler için ekonomik olarak uygun olmasıdır. Bu görüşler 3 ve 4 nolu katılımcıların görüşlerin de şöyle öne çıkmaktadır:

- Türkiye'ye gelmek ucuz olduğu için Türkiye'ye gelmek ucuz olduğu için

Türkiye, hem Avrupa ülkeleri ve Amerika için hem de Katar gibi Arap ve Ortadoğu ülkeleri için oldukça ucuz bir ülke olarak öne çıkmaktadır. Özellikle kur farkının arttığı güncel dönemde dolar ve euro diğer para birimleri Türk parası karşısında değerli olduğundan bu ülkelere gelen sağlık turistleri için Türkiye çekici bir alana dönüşmektedir. Ekonomik değişkenler birçok farklı (deniz turizmi, kültür turizmi vs) turist bölgesinde olduğu gibi sağlık turizminde de son derece önemli bir değişkendir. Söz konusu sağlık turizmi olduğunda ise turistlerin sağlık harcamalarının yüksek miktarlar tuttuğu

söylenbilir. Sağlık harcamalarının yüksek olmasında kullanılan teknolojinin pahalı olması etkili olmaktadır. Bununla birlikte sağlık harcamaları Amerika'da da çok daha fazladır.

Yurt dışından gelen hastaların tedavisinde zaman zaman uluslararası sağlık sigortaları uygulansa da yine de yüksek miktarda faturalar çıkmaktadır. Sağlık turizmindeki faturaların yüksek çıkmasında sağlık turistlerinin daha çok özel hastanelerde hizmet alması da etkili olmaktadır. Özel hastaneler normal şartlar altında da (sigortası olan hastalar için) yüksek fiyatlı olduğundan yabancı hastalar için daha da pahalı olabilmektedir. Burada belirtilen sağlık hizmetlerinin pahalı olması durumu sadece Türkiye için değil birçok kaliteli sağlık hizmeti veren ülke için geçerlidir. Ancak Türkiye'de sağlık turizmi için gelen hastalar için kur farkının yüksek olması Türkiye'nin tercih edilmesinde etkili olmaktadır. Benzer bir sağlık hizmeti başka ülkede olmasına rağmen yine de Türkiye'nin tercih edilmesinde Türkiye'nin ucuz olması etki etmektedir.

Türkiye'nin turistlere ucuz gelmesi sadece sağlık hizmeti harcamalarında değil otel ve yeme-içme harcamalarında da öne çıkmaktadır. Çünkü sağlık hizmetlerinde sadece hastane ve ilaç giderleri değil otel gibi giderlerde turistler için önemli bir gider olmaktadır. Dolayısıyla ekonomik olarak uygunluk sağlık turizmi için de tercih nedenlerinden birisi olmaktadır. Türkiye'nin ekonomik olarak tercih edilmesinde parası değerli olan ülkelerin daha çok öne çıktığı söylenebilir. Bu bağlamda veriler sahadaki ve literatürdeki verilerle karşılaştırmalı bir şekilde incelendiğinde Kurun farkının yükselmesi hali hazırda Dünya Sağlık Turizmi Konseyi verilerine göre sağlık turizminde dünyada 3'üncü sırada bulunan Türkiye'deki sağlık turizmi hareketliliğini artmıştır. Nitekim Congar (2018)'a göre Türk Lirası'nın değer kaybetmesi parası değerlendirilen Avrupalı turistlerin sağlık turizmi açısından ülkeye gelme oranını da arttırdı. Son dönemde Türkiye'yi Avrupalı gurbetçilerden ziyade Avrupa'nın yerli nüfusu daha çok tercih etmeye başladı. Ancak kurun artması Türkiye'deki sağlık turizmini bir açıdan da olumsuz etkilemektedir. Çünkü kur artışı yurt dışından malzeme alan klinik ve hastanelerin giderlerine olumsuz şekilde yansdı. Birçok hastane ve klinik ameliyat malzemelerini Amerika Birleşik Devletleri, Almanya, İsviçre ve Fransa gibi ülkelere satın aldığından; bu alımlarda Euro ve Dolar kullanıldığı için kur artışı sağlık sektörünü de olumsuz etkilemektedir.

Katılımcı verileri incelendiğinde de kur farkının sağlık turizmi için gelen hastaların tercihlerini etkilediği gözlemlenmektedir. Katılımcı görüşlerine göre Türkiye'nin sağlık turizmde tercih edilmesinde etkili olan bir diğer değişkeni ise ülkeler arasında yapılan hastane ve sigorta anlaşmaları oluşturmaktadır. Ülkeler ve ülkelerdeki sigorta uluslararası sağlık sigorta şirketleriyle hastaneler arasında yapılan anlaşmalar da sağlık turizmi için gelen hastaların ülke tercihlerinde etkili olmaktadır. Çünkü ülkeler arasındaki anlaşmalar hem gelişmiş ülkelerdeki resmi prosedürlerin kolay aşılmasını hem de ekonomik açıdan avantajlar sağlaması bakımından öne çıkmaktadır. Bu çerçevede 3, 4, 1 ve 2 nolu katılımcıların görüşleri sırasıyla aşağıda verilmektedir:

- 3 nolu katılımcı; Türkiye'ye çok gelenler olduğu için ve bazı ülkeler hastanelerle anlaşma yaptığı için Türkiye tercih edilmekte
- 4 nolu katılımcı; Ülkeler arasında sağlık turizmine yönelik anlaşmaların olması 1 nolu katılımcı; Türkiye'ye gelmek şartları bence kolay
- 2 nolu katılımcı; Türkiye'ye gelmek şartlarının kolay olması

Burada belirtilen dört katılımcı görüşünde de ülkeye gelmede sağlanan kamusal kolaylıklar vurgulanmaktadır. Ülkeler arasındaki resmi giriş çıkışların zaman zaman siyasi krizlerden dolayı zaman zaman da vize gibi nedenlerle zorlaştığı görülmektedir. Bu tür zorluklar da sağlık turizmi için gelen turistlerin de olumsuz etkilenmesine neden olmaktadır. Ancak buradaki katılımcı görüşlerinde de gözlemlendiği üzere ülkeler arasında da sağlık turizmi temelli anlaşmalar imzalanabilmektedir. Bu anlaşmalar esasen ülkeler arasındaki turizmi canlandırmak için yapılmaktadır. Dolayısıyla da sağlık turistleri de bu süreçten faydalanmaktadır. 3 numaralı katılımcının görüşünde öne çıktığı üzere ülkeler arasındaki anlaşmalar sağlık turizmi için gelen kişilerin ülke ve hastane tercihlerinde etkili olmaktadır. Ülkeler arasındaki anlaşmalar sadece ülkenin tercihinde değil hastanenin tercihinde de etkili olmaktadır. Çünkü yapılan anlaşmalar belirli hastaneleri kapsamaktadır. 9 nolu katılımcı da ülkeler arasındaki anlaşmaların sağlık turizmi açısından önemini şöyle dile getirmektedir; *Mali ve Türkiye arası sağlık*



anlaşması olabilir. Söz konusu Türkiye olduğu göz önüne alındığında uluslararası anlaşmaların artması sağlık turizmi için gelen turist sayısını artıracaktır. Aslanova (2013)'nin araştırmasıyla bu çalışmadaki katılımcı görüşlerinin de örtüştüğü söylenebilir. Nitekim bu çalışmada da uluslararası sağlık turizmi anlaşmalarının turist sayısını artıracığı ifade edilmektedir.

Katılımcı görüşleri incelendiğinde sağlık turizminde Türkiye'nin tercih edilmesinde etkili olan bir diğer etmeni ise vize almanın kolay olması oluşturmaktadır. Katılımcılar kendilerine başvuran sağlık turistlerinin ülke tercihlerinde vize kolaylığının olmasını da öne çıkarmaktadır. Vize kolaylığının olmasını dile getiren katılımcıları 4, 10, 11, 12, 7, 8 ve 5 nolu katılımcılardır. Bu çerçevede 11 nolu katılımcı *Türkiye vizesi almak çok kolay* ifadesine yer verirken 7 ve 8 nolu katılımcılar vize kolaylığının olmasını doğrudan ülke ismi vererek şöyle açıklamaktadır:

- 7 nolu katılımcı; Fildişi ile ve Türkiye vizesi hızlı8 nolu katılımcı; Mali ile ve Türkiye vizesi hızlı

Vize alma kolaylığının olması ülkeler arasındaki turizmin faaliyetlerinin her türlüünü canlandırdığı gibi sağlık turizmine de olumlu yansımaktadır. Türkiye de aynı şekilde birçok ülke ile vize anlaşması yapmakta ve bu anlaşmalar sağlık turistlerine vize kolaylığı sağlamaktadır. Vize sorununun aşılması sağlık turizmini iki yönden etkilemektedir. Birincisi vize alma sürecindeki resmi evrak işlerinin minimize olması sonucunda bu kolaylığın ağızdan ağıza yayılarak bir tür pazarlama faaliyetine dönüşmesidir. Böylelikle sağlık sorunları için başka ülkelere gidecek olan hastalar da Türkiye'ye vize kolaylığı için yönelebilmektedir. İkincisi ise vize alındığında ülkede kalma sürelerinin problem olmamasıdır. Alınan sağlık hizmeti ameliyat ya da ilaç tedavisi uzun sürebilmektedir. Dolayısıyla da vize süresi dolmakta ve gerek hasta gerekse de refakatçiler resmi sorunlar yaşayabilmektedir. Bu sorunlar ortadan kalktığında ise vize, hastalar için tercih nedenlerinden birisine dönüşmektedir.

3.8. Katılımcı Görüşleri Çerçevesinde Türkiye'deki Sağlık Turizminin Sorunları

Sağlık turizminin sorunlarına dair katılımcılara yöneltilen sorular Türkiye'de almış oldukları sağlık hizmetleri çerçevesinde analiz edilmektedir. Bu araştırma çerçevesinde değerlendirildiğinde gelen hastaların daha çok Avrupa, Arap yarımadası ve Afrika'dan geldikleri görülmektedir. Bu çerçevede katılımcıların Türkiye'deki sağlık hizmetlerindeki en önemli sorunlardan birisini kültür ve dil olarak belirledikleri gözlemlenmiştir.

Kültür ve dil sorunu 3, 4, 2 ve 1 nolu katılımcılar tarafından dile getirilmiştir. Farklı kültürlerden gelen turistlerin özellikle hastane ortamında yabancılaşma çekmemesi ya da daha az yabancılaşma çekmemesi adına tercümanlar -eğer mümkünse- gelen hastaların ülkelerine mensup kişilerden seçilebilirler.

Katılımcıların görüşlerinde öne çıkan bir diğer sorun ise 9 ve 11 nolu katılımcılar tarafından *yemeklere alışmak* olarak ifade edilmiştir. Yemek ve mutfak kültürü ülkeler arasından büyük farklılıklar yaratmaktadır. Her ne kadar Avrupa ve Türkiye arasındaki mutfak kültürü zaman zaman birbirlerine yaklaşırsa da Afrika kültüründen gelen hastaların yemeklere alışmasının daha zor olduğu söylenebilir. Yemek sorunu hastalar söz konusu olduğunda çok daha önemli bir hal almaktadır. Nitekim tedavi gelen hastaların -özellikle ağır ameliyat olan hastalar- yediklerine ve içtiklerine de doktor kontrolünde dikkat etmeleri gerekmektedir. Dolayısıyla da hastalar bir müddet doktorların izin verdiği şekilde beslenmektedir. Ancak hastaların kendilerini toparlayabilmesi için enerji almaları gerekmektedir. Yemek yemek bu açıdan da önemlidir. Hastalar, hastanede çıkan ya da hazır gelen yemekleri yiyemediklerinde tedavi süreçlerine de sekte vurabileceğinden doktorun direktiflerine uygun bir şekilde hastaya özel yemekler çıkarılabilirdir.

Kültür, dil ve yemek sorunları sağlık turizmdeki sorunlar olarak görülmeyle birlikte bu sorunların tamamen aşılması söz konusu olmadığı gibi yurt dışından gelen hastaların da ülke kültürüne tamamen adapte olması beklenmemelidir. Ancak kültürün tedavi süreçlerine olan olumsuz etkisinin minimize edilmesi adına gerek acenteler gerekse de doktorlar ve hastanelerin ilgili birimleri gerekli tedbirleri almalıdır. Yemek kültürüne adapte olamama refakatçiler için çok önemli bir problem olmasa da hastanın beslenmesi gerektiğinden ve hastalığı özelinde bazı yememesi gereken şeyler de olduğundan hastanelerin yabancı hastaların beslenmesine özel ihtimam göstermesi gerektiği gözlemlenmektedir.

Katılımcıların Türkiye'deki sağlık hizmetlerinin temelinde gördüklerinin sorunların başında ise tercüme ve iletişim sorununun geldiği görülmektedir. Bu bağlamda 10, 11, 12, 7, 8, 9, 5 ve 6 nolu katılımcıların hepsi de tercüme sorununu öne çıkarmaktadır. 11 ve 12 nolu katılımcı tercüme sorununubelirtmekle birlikte *doktorlar ve hemşirelerle konuştuğunda anlaşıyorum* ifadelerine yer vermişlerdir.

Sağlık turizmi alanındaki diğer çalışmalarla (Çam ve Çılgınoğlu, 2021, Polat, 2021) bu çalışmada ortaya çıkan tercüme sorunu karşılaştırmalı bir şekilde incelendiğinde de tercüme sorununun literatürde de öne çıktığı görülmektedir. Tercüme sorunu sağlık turizminde iki şekilde ortaya çıkmaktadır. Birincisi ve en önemlisi -11 ve 12 nolu katılımcıların görüşlerinde daha belirgin ortaya çıktığı gibi- hasta ya da hasta yakınlarının doktor ve hemşirelerle hastalığa dair iletişimlerinde ortaya çıkmaktadır. Buradaki tercüme sorunu sağlık turizmdeki en önemli sorunlardan birisidir. Her ne kadar doktorlar kendi yaptıkları tetkiklerle hastalığa dair fikir edinip tanı koysa da hastanın ne hissettiğinin anlaması da önemli bir zorunluluktur. Özellikle acil durumlarda alerjisi olan hastaların en azından bu durumu etkili bir şekilde aktarması gerekmektedir.

Tercüme sorununun sağlık turizmine bakan bir diğer boyutunu ise kamu kurumlarıyla yürütülmesi gereken resmi işlemler teşkil etmektedir. Yabancı hastaların ülkeye girişlerinden itibaren resmi prosedürler yer almaktadır. Bu prosedürlerin bir kısmı hava alanında yapılırken bir kısmı ise hastanın hizmet aldığı hastanedeki personel tarafından yapılmaktadır. Dolayısıyla bu işlemler sırasında da tercüme sorunu baş gösterebilmektedir.

Doğrudan tercüme problemi olmamakla birlikte hastayla doktor arasındaki bir diğer problemi ise yurt dışından gelen hastaların geldikleri ülkelerdeki doktorlarından rapor ve filmler de getirmesi oluşturmaktadır. Bu noktada özellikle doktorların dil bilme gerekliliği öne çıkmaktadır. Nitekim sağlık turizmi için gelen hastaların bir kısmı kendi ülkelerinde de yaşadıkları sağlık sorunu için hastaneye gitmekte ve doktorları olmaktadır. Sağlık turizmi için geldiklerinde ise sağlık turizmi için gelmiş oldukları ülkenin doktorun diğer doktorla iletişime geçmelerini isteyebilmektedir. Doktorlar arasındaki iletişim sadece hastanın isteğine göre şekillenmediği gibi tedavinin seyri açısından bir zorunluluk halini de alabilmektedir.

Katılımcıların hizmet aldıkları hastanelere göre belirtmiş olduğu bir diğer sorunu ise hastanedeki bekleme süreleri oluşturmaktadır. Bu sorun sadece 5 nolu katılımcı tarafından dile getirilmiş (*çekim yapmak bizi çok bekletti*) olsa da önemli bir sorun olarak öne çıkmaktadır. Hastanelerde durumu acil olan hastaların tetkikler için sıra beklemediği görülmekle birlikte durumu acil olmayan hastaların zaman zaman uzun süreler sıra bekledikleri olmaktadır. Söz konusu turizm başlığı altında bir hizmet olan sağlık turizmi olduğunda da gelen kişinin hasta olmakla birlikte turist kimliğinin de olduğu unutulmamalıdır. Dolayısıyla da iyi bir tanıtım adına bekleme probleminin de önem bir sorun olduğu söylenebilir.

Sağlık turizmi için gelen kişilerin hasta olmakla birlikte turist olarak da görülmeleri gerektiğine dair bir başka sorun ise 7 nolu katılımcı tarafından şöyle dile getirilmektedir: *taksilerin almaması ve çok yazması*. İstanbul'daki önemli sorunlardan birisi olan taksiler katılımcının da ifade ettiği zaman zaman yolcu seçebilmektedir. Bu tür sorunlar yapılan şikayetler çözüme ulaştırılsa da taksicilerin bu konuda daha duyarlı olması gerekmektedir. Bununla birlikte sağlık turizmi için gelen kişiler aynı zamanda turist olduklarından dolayı taksilerle yaşanan sorun kötü bir tanıtım olarak da değerlendirilebilir.

Sağlık turizmine dair bir diğer sorun ise 11 nolu katılımcı tarafından *aracılara dikkat edilmesi gerektiği* yönündedir. Sağlık turizmi adına hizmet veren birçok farklı acente ya da tekil kişiler olduğu bilinmektedir. Ancak bu acentelere gelen sağlık turistlerin güvenmesi gerekmektedir. Katılımcının aktardığına göre aracı işletmelerin zaman zaman sağlık turistlerine yeterince yardımcı olmadığı görülmektedir. Oysa birçok sağlık turizmi acentesi verilen hizmet doğrultusunda turistlerin hastanelerini ve doktorlarını ayarladıkları gibi yolculuk hizmetlerinde de tercüme hizmetlerinde de yardımcı olmaktadır.



Katılımcılar tarafından belirtilen bir başka sorun ise 8 nolu katılımcı tarafından *hasta bakım ücretlerinin pahalı* olması yönündedir. Sağlık turizmi için gelen hastaların bir kısmı -özellikle ameliyat olanlar ya da ağır rahatsızlıkları olan hastalar- kişisel bakım hizmetleri de almaktadır. Bu hizmetler profesyonel hasta bakıcılar tarafından hastanın kaldığı yerde verildiği gibi hastane odasında özel bir şekilde de verilebilmektedir. Bu hizmetlerin fiyatlarındaki yükselme de katılımcıların birisi tarafından sağlık turizmdeki sorunlardan birisi olarak değerlendirilmektedir.

Gelinen noktada katılımcıların sağlık turizmi için gelen bireylerin sağlık turisti kimlikleriyle birlikte turist kimlikleri üzerinde de değerlendirdikleri görülmektedir. Çünkü bir ülkenin sadece sağlık alanında yeterli olması bu alanda iyi bir turizm hizmeti vereceği anlamına gelmemektedir. Bu doğrultuda sağlık turizminin gelişmesi adına sadece sağlık turizmüne dair düzenlemelerin değil kültürel ve toplumsal alanda iyi temsillerin olması gerekmektedir.

Katılımcı görüşleri genel olarak incelendiğinde Türkiye'deki sağlık kurumlarından kaynaklı doğrudan çözümlenmesi zor sorunların olmadığı gözlemlenmektedir. Tercüme ve iletişim en önemli sorun olarak belirlenmiştir. Tercüme ve iletişim sorunlarının aşılabilmesinde ise hem sağlık turizmi acentelerinin hem de hastanelerin ilgili birimlerinin profesyonel tercümanların istihdam etmesi sağlanabilir.

Sonuç olarak katılımcı görüşleri sağlık turistlerinin beklentileri çerçevesinde değerlendirildiğinde sağlık turizmi hizmeti almak için gelen uluslararası sağlık turisti yakınlarının kaliteli bir tedavi beklentisinin dışında başka beklenti ve isteklerinin de olduğu görülmektedir.

Sağlık kuruluşları, bu isteklerin farkında olarak uluslararası sağlık turisti ve varsa refakatçisinin tercüman, kültür, yiyecek, içecek, inanç ve etik hususundaki istek ve beklentilerini de karşılayabilmeli hem konaklamada hem de tedavi sürecinde uluslararası beklenti ve etik kodlara uygun bir şekilde hareket etmelidir. Özellikle farklı inanç, kültür ve toplumdan gelen uluslararası sağlık turistlerine hizmet veren sağlık hizmeti sunucularının personelini bu noktada eğitmeli, kurum içi çalıştay gibi hizmet içi eğitim, kurs ve seminerler düzenlemelidir.

4. SONUÇ

Türkiye'den sağlık hizmeti alan yabancıların hizmet alma ve araştırma süreçlerindeki tercih etme motivasyonlarının incelendiği bu çalışmada Türkiye'nin dünya sağlık turizminin öncü ülkelerinden birisi olarak öne çıktığı gözlemlenmiştir. Türkiye'nin tercih edilmesindeki nedenler nitel bir metot üzerinden sağlık koordinatörlerinden toplanan verilerle analiz edilmiştir. Sağlık turizmi, medikal nedenlerle kendi ülkesinden başka ülkelere tedavi olmak için yapılan seyahatleri içermektedir. Türkiye gerek kendi coğrafyasında gerekse de dünya genelinde önde gelen sağlık turizmi ülkelerinden birisidir. Türkiye'nin sağlık turizminde gelişmesinde etkili olan nedenlerin başında kaliteli tıp hizmet vermesiyle birlikte sağlık hizmetlerinin toplam kalitesinin teşkil gözlemlenmektedir.

Sağlık koordinatörlerinden toplanan veriler incelendiğinde sağlık hizmeti alan yabancıların görüşlerinin dört boyuta ayrıldığı belirlenmiştir. Türkiye'ye gelen yabancı hastaların araştırma süreçlerinde ve tercih etme motivasyonlarındaki ilk boyutu hastalıklarının nedeni oluşturmaktadır. Türkiye'de sağlık turizmi birçok farklı alanda gelişmiştir. Bu alanların başında organ nakli, ortopedi, beyin cerrahi, kanser ve estetik cerrahi alanı gelmektedir. Bu araştırma özelindeki veriler değerlendirildiğinde ise katılımcıların Türkiye'ye daha çok ağır hastalıklar için geldiği görülmektedir. Bu hastalıkların başında kanser ve organ nakli gibi önemli hastalıklar gelmektedir. Literatür incelendiğinde (Soysal, 2017; Temizkan ve Temizkan, 2020; Demir ve Özpınar, 2020; Çavuşoğlu ve Bükey, 2022; İlhan ve Özdoğan, 2022) Türkiye'deki sağlık turizminin daha çok estetik cerrahi alanında (saç ektirme ve kadın estetiği) geliştiği görülmekle birlikte bu çalışmadaki veriler Türkiye'deki sağlık turizminin ağır hastalıklar alanında da geliştiği ve rağbet gördüğünü göstermektedir.

Katılımcı görüşleri hastaların hangi ülkelere geldikleri yönünde incelendiğinde ise Avrupa ve Arap yarımadasından geldikleri belirlenmiştir. Bu bağlamda katılımcıların Türkiye'yi tercih etmesinde üç temel etmen rol oynamaktadır. Bunlardan birincisini Türkiye'nin kaliteli bir sağlık hizmeti vermesi oluşturmaktadır. Katılımcı görüşlerinin sağlık hizmetlerinin kalitesi noktasında ise hem doktorların

kalitesini ve uluslararası kalitede olmalarını vurguladıkları görülmüş hem de hastanelerin hemşire ve hasta bakıcısı kalitesinin de yüksek olduğu görülmüştür. Alınan sağlık hizmetinin kalitesinin beğenilmesinde sadece doktor kalitesi değil hastanelerin temiz ve düzenli olmasının da önemli bir etmen olduğu gözlemlenmiştir. Sağlık turizmi için gelen turistlerin tek bir nedene bağlı olarak tercih yapmadıklarının görüldüğü bu araştırmada sağlık turistlerinin Türkiye'yi tercih etmesindeki bir diğer nedenini ise ekonomik etmenlerin oluşturduğu belirlenmiştir. Türkiye'nin ekonomik olarak tercih edilen bir ülke olmasında iki alt etmen öne çıkmıştır. Birincisi zengin Arap ülkelerinden gelenlerin ikincisi ise Avrupa'dan gelen sağlık turistlerinin paralarının değerli olmasıdır. Özellikle dolar ve euro kurunun oldukça yüksek olması bu paralara sahip ülke vatandaşları için Türkiye'yi ekonomik yönden cazip hale getirmektedir.

Sağlık turizminde Türkiye'nin öne çıkmasında sadece kur farkından kaynaklı ekonomik nedenler değil sağlık hizmetlerinin diğer ülkelere nazaran daha ucuz olması da etkili olmaktadır. Yani ülkeler arasındaki kur farkından bağımsız olarak da Türkiye'deki sağlık hizmetlerinin özellikle Avrupa ülkelerine göre daha uygun olduğu görülmektedir. Türkiye'nin sağlık turizminde tercih edilmesindeki bir diğer motivasyonu ise vize alınması kolay olması oluşturmaktadır. Katılımcılar birçok farklı ülkeden olmakla birlikte Türkiye'nin vize verme konusunda kolay sağladığını belirtmişlerdir. Vize ve diğer resmi işlemlerin hızlı ve kolay ilerlemesi de sağlık turizminde Türkiye'nin tercih edilmesini sağlamıştır.

Türkiye'nin gerek lokasyon gerekse de kültür açısından ilgi çeken bir coğrafyaya sahip olması da sağlık turizminde tercih edilmesinde etkili olan bir diğer etmen olarak öne çıkmaktadır. Bu etmen; özellikle ağır hastalıklar (uzun süreler yatarak tedavi görme zorunluluğu olmayan) için gelen hastalar için öne çıkmaktadır. İstanbul'u tercih eden bir hastalar kültür turizmini de sağlık turizmine eklemeyerek sağlık turizmini bir tür tatile dönüştürebilmektedir. Bu tür durumlarda şehir ve ülke özelliklerinin de tercih noktasında önem kazandığı görülmektedir. Katılımcı görüşlerinde ise İstanbul'un önemli bir kültür şehri olmasının benimsendiği gözlemlenmiştir.

Araştırmada öne çıkan bir diğer sonucu ise katılımcılardan elde edilen veriler çerçevesinde Türkiye'nin sağlık turizminin sorunları oluşturmaktadır. Katılımcı görüşleri çerçevesinde Türkiye'nin sağlık turizmindeki en önemli sorunu tercüme ve iletişim sorunlarının oluşturduğu belirlenmiştir. Katılımcılar özellikle hastanelerde gerek doktorlarla gerekse de diğer elemanların yabancı dili az bildiği görülmektedir. En önemli problemlerden birisinin tercüme ve iletişim sorunu olduğu belirlenmiştir. Bununla birlikte sağlık turizmi için gelenler aynı zamanda turist olduklarından dolayı taksi ve yemek kültürünün sorunların öne çıkan diğer sorunlardır.

Araştırmanın sonuçlarına göre öne çıkan öneriler ise şöyle sıralanmaktadır:

- Türkiye, sağlık turizmdeki pazarlama ağını geliştirmelidir. Bu çerçevede özellikle daha az hasta gelen Çin, Hindistan büyük pazarlara da yönelmelidir.
- Katılımcı görüşlerinde hastanelerin temizlik gibi fiziksel durumlarının da tercih nedenlerinden birisi olduğu görüldüğünden temizlik konusuna azami ihtimam gösterilmelidir.
- Hem hastanelerin ilgili birimlerinde hem de sağlık turizmi acentelerinde dil bilen kişilerin istihdamı artırılmalıdır.
- Sağlık turistlerine hizmet veren hastanelerdeki yemeklerin -doktorların izin verdiği müddetçe- hastaların kültürlerine uygun olması sağlanabilir.
- Sağlık turizmi acentelerinin hasta turistleri aldatmaması adına kamusal denetlemelerin artması sağlanmalıdır.
- Sağlık turizmi merkezinde hizmet veren özel hastanelere kamusal destek verilmelidir.
- Sosyal medya pazarlamasını sağlık turizmi alanda da yayılması için çalışmalar yapılmalıdır.
- Sağlık turistlerinin Türkiye'ye gelmesinde etkili olan kültür turizmi pazarlaması da etkin hale getirilmelidir.
- Sağlık turistlerinin kalacakları yerler önceden hazırlanmalıdır.
- Otel ve yemek kültürü gibi alışmaları zor olan konularda turistlere yardımcı olunmalıdır.
- Özel hastanelerde refakatçilerin kalacağı alanlar planlanmalıdır.



- Özellikle hastane durağında taksicilerin turistlere kibar ve adil davranması sağlanmalıdır.

KAYNAKÇA

Akbolat, M., & Deniz, N. G. (2017). Türkiye’de Medikal Turizmin Gelişimi ve Bazı Ülkelerle Karşılaştırılması. *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 123-139.

Akdu, U. (2014). Medikal Turizmde Hizmet Kalitesi, Müşteri Memnuniyeti ve Müşteri Sadakatinin Değerlendirilmesi. Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Antalya.

Aksoy, C. (2016). Türkiye’de Sağlık Turizminin Durum Analizi: İstanbul’daki Sağlık Yöneticilerine Yönelik Bir Çalışma. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.

Aktaş, M. C. (2015). Nitel veri toplama araçları (içinde) kuramdan uygulamaya eğitimde bilimsel araştırma yöntemleri. Mustafa Metin. (Edt.). (2. Baskı). (337-375). Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.

Aktepe, C. (2013). Sağlık Turizminde Yeni Fırsatlar ve Türkiye’de Yerleşik Sağlık İşletmelerinin Pazarlama Çabaları, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5/1, 170- 188.

Aslanova, K. (2013). Türkiye’de Sağlık Turizmi ve Sağlık Turizmi Hukuku. *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 3(3), 129-145.

Ataman, H. Esen, M. F. & Vatan, A. (2017). Medikal Turizm Kapsamında Sunulan Sağlık Hizmetlerinde Kalite ve Hasta Güvenliği. *Uluslararası Sağlık Yönetimi ve Stratejileri Araştırma Dergisi*, 3 (1), 28-44.

Aydın O. (2012) “Türkiye’de Alternatif Bir Turizm; Sağlık Turizmi”, *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(23), 91-96.

Baştürk, S. ve Taştepe, M. (2013). Evren ve Örneklem. : Baştürk (Ed.), *Bilimsel Araştırma Yöntemleri* (129- 159). Ankara: Vize Yayıncılık.boeriş

Bernal, R. L. (2005). The globalization of the health-care industry: opportunities for the Caribbean. *Cepal Review*.

Binler, A. (2015) ‘Türkiye’nin Medikal Turizm Açısından Değerlendirilmesi ve Politika Önerileri’. Uzmanlık tezi. Sosyal Sektörler ve Koordinasyon Genel Müdürlüğü

Boz, M. (2004). ‘Turizmin Gelişmesinde Alternatif Turizm Pazarlamasının Önemi’ Antalya İli Üzerinde Bir Uygulama, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi.

Cohen, E. (2006). Medical Tourism İn Thailand. *Turk-Kazakh International Tourism Conference: New Perspectives And Values İn World Tourism And Tourism Management İn The Future. 20-26 November 2006, Alanya: Conference Proceedings* (pp 87-117).

Congar, K. (2018). Euro ve Dolar kurunun artışı Türkiye’deki sağlık turizmini nasıl etkiledi?. <https://tr.euronew.com/2018/08/31/euro-ve-dolar-kurunun-artisi-turkiye-deki-saglik-turizmini-nasil-etkiledi-> Erişim 11.5.2023.

Connell, J. (2013). Contemporary medical tourism: Conceptualisation, culture and commodification. *Tourism management*, 34, 1-13.



Çakır, A. (2007). Hasta Güvenliği Kültürü İle Kalite Yönetim Sistemi Arasındaki İlişkinin Analizi. Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Toplam Kalite Yönetimi Anabilim Dalı, Toplam Kalite Yönetimi Programı, İzmir.

Çam, O. ve Çılgınoğlu, H. (2021). Sağlık Turizmi Kapsamında Medikal Turizmde Öne Çıkan Sağlık Uygulamaları. Oğuzhan Sosyal Bilimler Dergisi. 3, 1, 197-216.

Çavuşoğlu S, Bükey A. (2022). Sağlık Turizmi Deneyiminin Turist İlham Kaynağı ve Bağlılığına Etkisi. Journal Of Gastronomy, Hospitality And Travel (Online), 5(1), 1-15.

Çontu, M. (2006). Alternatif Turizm Çeşitleri ve Kızılcahamam Termal Turizmi Örneği”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bolu.

Değer, Ç. (2012). Kano Modeli İle Bütünleştirilmiş Servqual Analizinin Kalite Fonksiyon Yayılımına Uygulanarak Hizmet Kalitesinin İyileştirilmesi ve Bir Sağlık Kuruluşunda Uygulanması. Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı Hastane ve Sağlık Kuruluşları Yönetimi Bilim Dalı, İzmir.

Demir, Y. ve Özpınar: (2020). Medikal Turizmde Kadın ve Kadın Sağlığı. S Bedergi, 4(7), 117-129.

Develi, E. İ. (2021). İnternette ya da Çevrimiçi Pazarlamada Yeni Bir Kavram: Bağlı Kuruluş (Satış Ortaklığı) Pazarlaması ve Türkiye Pazarından Bazı Örnekler. Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi. 18, 44, 8328-8332.

Doğan, B. & 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.

Edinsel: & Adıgüzel, O. (2014). Türkiye'nin Sağlık Turizmi Açısından Son Beş Yıldaki Dünya Ülkeleri İçindeki Konumu ve Gelişmeleri. Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 4 (2), 167-190.

Eriş, H. (2020). Sağlık Turizmi. Ankara: İksad Publishing House.

Güven, E. (2021). Sağlık Yönetiminde Hasta Memnuniyeti: Bir Devlet Hastanesi Örneği. OPUS International Journal of Society Researches, 17 (37), 4873-4893.

İlhan, C. & Özdoğan, O. N. (2022). Sağlık Turizmi Kapsamında Saç Ekimi Tedavisi; Türkiye Ve Polonya Karşılaştırması. Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 53, 2, 265-276.

Kantar, G. ve Işık, E. (2014). Türkiye'de Sağlık Turizmi. Sağlık Akademisyenleri Dergisi; 1(1):15-20.

Karaca, B. (2004). Sağlık Hizmetlerinde Kalite Yönetimi ve Hasta Beklentileri Konusunda Bir Araştırma, Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi.

Sağlık Bakanlığı (2012). Sağlık Turizmi Çalışmaları Raporu.

Sağlık Bakanlığı (2013). Sağlık Turizmi <https://shgmturizmdb.saglik.gov.tr/Eklenti/10944/0/02pdf.pdf> Erişim 21.11.2021.

Sağlık Turizmi ve Küresel Rekabet Edebilirlik.

<https://shgmturizmdb.saglik.gov.tr/Eklenti/10951/0/09pdf.pdf> Erişim 16.11.2022.



Saturk (2017). Sağlık Turizmi Koordinasyon Kurulu. Sağlık Turizmi Nedir? <http://www.saturk.gov.tr/images/pdf/tyst/02.pdf>, Erişim Tarihi: 22.12.2021.

Serbest, N. (2006). Sağlık Sektöründe Hizmet Kalitesi ve Müşteri Tatminin Ölçülerek Davranışlar Üzerindeki Etkisinin Bulunmasına Yönelik Model Çalışması Yüksek Lisans Tezi. Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

Sevim, E. & Sevim, E. (2019). Medikal Turizm Tercihini Etkileyen Faktörlerin İncelenmesi: Türkiye Örneği. Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi, 22 (3), 633-652.

Siner, G. & Torun, N. (2020). Sağlık turizminde termal turizm ve Spa-Wellness turizminin yeri ve önemi. Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (48), 517-533.

Soysal, A. (2017). Sağlık Turizmi: Tehdit ve Fırsatlar Bağlamında Türkiye Açısından Bir Durum Değerlendirmesi. Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi. 2, 169-187.

Strausbaugh L. J. (2001) 'Emerging Health Care-Associated Infections In the Geriatric Population'. Emerg Infect Di: 7(2): 268–271.

Temizkan: P. & Temizkan, R. (2020). Dünyada ve Türkiye’de Medikal Turizm Kapsamında Plastik ve Estetik Cerrahi Uygulamaların Hizmet Pazarlaması Karması Perspektifinden Değerlendirilmesi. Journal of Gastronomy Hospitality and Travel, 3 (2), 284-298.

Torun, E. (2009). Dr. Sami Ulus Çocuk Hastalıkları Hastanesinde Beklenen ve Algılanan Hizmet Kalitesinin Servqual Ölçeği İle Değerlendirilmesi. Yüksek Lisans Tezi, Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Bolu.

Tuzcuoğlu, K. (2003). “Her Yönüyle Pazarlama İletişimi: Bilinçlenen Tüketici ve Tüketiciizm Akımı”, Mediacat Kitapları, İstanbul.

Tükel, B, Acuner, A. M., Önder, Ö.R. ve Üzgül, A. (2004). Ankara Üniversitesi İbn-i Sina Hastanesi'nde Yatan Hasta Memnuniyeti. Ankara Üniversitesi Tıp Fakültesi Mecmuası, 57 (4), 205- 214.

Usta, Ö. (2001). Genel turizm. Anadolu Matbaacılık, İzmir.

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2013). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri (9.baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Yıldırım, K. (2021). Hasta Perspektifinden Sağlık Kuruluşlarındaki Süreç Kalitesinin Hasta Memnuniyetine Etkisi. Doktora Tezi. Sakarya Üniversitesi İşletme Enstitüsü.

Zengin, B. & Eryılmaz, B. (2015). Bodrum Destinasyonunda Engelli Turizm Pazarının Değerlendirilmesi. Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi, (11), 51-74.

Zubaroğlu Yanardağ, M. (2017). Hasta Hakları Kurul Üyelerinin Hasta Haklarına Bakışı: İstanbul İli Örneği. Toplum ve Sosyal Hizmet, 27 (2), 29-46.