

Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi/  
Journal of Travel and Hospitality Business  
Cilt/Vol:21(2),Yıl/ Year:.,2024 ss/pp,238-252  
Gönderim Tarihi/ Received: 19.01.2024  
Kabul Tarihi /Accepted: 14.03.2024  
DOI: 10.24010/soid. 1422726

*Araştırma Makalesi/ Research Article*

## **Sağlık Turizmi Yetki Belgesine Sahip Sağlık Kurumlarının WEB Sayfalarının Medikal Turizm Açısından Değerlendirilmesi: Samsun'da Faaliyet Gösteren Sağlık Kurumları Üzerine Nitel Bir Araştırma**

### **Evaluation of WEB Pages of Health Institutions with Health Tourism Authorization Certificate in terms of Medical Tourism: A Qualitative Research on Health Institutions Operating in Samsun**

**Dr. Yaşar DEMİR** 

Samsun Eğitim ve Araştırma Hastanesi  
Samsun, Türkiye

**E-posta:** ydsimal@hotmail.com

#### **Öz**

Çalışmada Samsun ilinde bulunan ve sağlık turizmi yetki belgesine sahip 25 sağlık kurumunun web sayfalarının medikal turizm açısından incelenmesi ve önerilerde bulunulması amaçlanmaktadır. Çalışmada nitel araştırma yöntemi uygulanmıştır. Veriler doküman analizi tekniği ile toplanmıştır. Veriler içerik analizi ile analiz edilmiştir. Verilerin analiz edilmesi için Maifredi ve diğerleri (2010) tarafından geliştirilen ve Buzcu ve Birdir (2014) tarafından Türkçe geçerlilik ve güvenilirliği yapılan ölçek kullanılmıştır. Araştırma bulgularında sağlık kurumlarının web sayfalarının tamamının Türkçe, İngilizce, Arapça ve Rusça dillerinde hizmet verdiği belirlenmiştir. Sağlık kurumlarının tamamı ile web sayfası üzerinden iletişim kurulabildiği ve tüm hastaların web sayfası üzerinden randevu alabildikleri tespit edilmiştir. Web sayfalarında fiyat ve ücretlendirme konusunda herhangi bir bilgiye ulaşılamamıştır. Çoğu hastanenin web sayfasında sanal tur ve animasyonlar olmadığı belirlenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Medikal turizm, Medikal turist, Web sayfası, Sağlık kurumu

#### **Abstract**

In the study, it is aimed to examine the web pages of 25 health institutions in Samsun province that have health tourism authorization certificate in terms of medical tourism and to make suggestions. Qualitative research method was applied in the study. Data were collected by document analysis technique. The data were analyzed by content analysis. The scale developed by Maifredi et al. (2010) and validated by Buzcu and Birdir (2014) in Turkish was used to analyze the data. According to the findings of the study, it was determined that all of the web pages of health institutions provide services in Turkish, English, Arabic and Russian. It was determined that all of the health institutions can be contacted via the web page and all patients can make appointments via the web page. No information on prices and pricing was found on the web pages. It was determined that most hospitals do not have virtual tours and animations on their web pages.

**Key Words:** Medical tourism, Medical tourist, Website, Health institution

## Extended Summary

### Purpose

In this study, it is aimed to examine the web pages of 25 health institutions in Samsun province that have health tourism authorization certificate in terms of medical tourism and to make suggestions.

### Background

In medical tourism, websites increase global reach, providing healthcare institutions with the opportunity to deliver their services to potential patients around the world. They are the first point of contact where patients research treatment options and play an important role in the decision-making process. A credible and informative website is crucial in gaining the trust of patients. An effective healthcare website should be user-friendly, aesthetically pleasing and technically advanced. Mobile compatibility and fast loading times are among the expectations of today's internet users. Visual elements, professional photographs and a clean design greatly affect the overall perception of the site (Aydın, 2022; Birdir ve Buzcu, 2014; Vona Kurt ve Şalvarcı Türel, 2022).

Many developed and developing countries in the world are making new investments in medical tourism. Turkey is one of these countries. Starting in 2002, the first step was taken with the health transformation program. Afterwards, this process is supported by city hospitals, especially on the public side. In addition, many internationally recognized health institutions in Turkey have started to attract more medical tourists with their investments. In fact, in the first two quarters of 2023, 746,290 medical tourists came to Turkey, compared to 169,000 in 2012. The Ministry of Health established UŞHAŞ on 04/02/2019 in order to prevent damage to the country's brand image (UŞHAŞ, 2023). The most important reason for this is to control health tourism activities from a single source. At the same time, the Ministry has obliged health institutions and intermediary institutions that want to provide health tourism services to obtain authorization certificates. One of these obligations is the provision of information through the website. For this reason, in this study, it is aimed to determine the situation and make recommendations by examining the websites of 25 health institutions in Samsun province that have health tourism authorization certificate as of 15.12.2023 (SHGM, 2023).

### Method

Content analysis method from qualitative data analyses was used in the study. The scale developed by Maifredi et al. (2010) and validated by Buzcu and Birdir (2014) in Turkish was used to analyse the data. The scale consists of 85 statements and 5 sub-dimensions. These dimensions are technical factors, hospital information and services, admission and health services, interactive online services and external activities. It was determined that the scale used had a reliability rate of 0.791.

### Findings

When the technical factors scores sub-dimension is examined in the content analysis of the websites; it evaluates the visual features of the websites of health institutions. In particular, it has been observed that the Ministry of Health has recently focused on applications for disabled individuals, and arrangements have been made for hearing, visual and physically disabled people in hospital areas and interiors.

When the websites of health institutions are analyzed in terms of hospital information and services, mission statements are generally included in the 'about us' section of the websites of health institutions. Information such as service quality, technological access, physicians in their fields of expertise and ease of transportation come to the fore.

In the admission and health services dimension, websites contain important information such as referrals to branches within the hospital, waiting lists, hospital-acquired infections, hospital mortality rates, mortality rates related to surgery, payment options, private consultancy fees and service fee lists.

When the websites of health institutions were analyzed in terms of interactive online services, it was determined that the websites offering online access to laboratory results and medical documents performed well in this area.

Healthcare institutions organize events such as various courses, conferences and congresses, but their websites do not perform well in promoting and informing about these events. Information on associations and other organizations of hospital employees was found to be insufficient, but information on press releases and bulletins were included on the websites and a good performance was demonstrated in this area.

## **Results**

For international health tourism patients, it is of great importance to receive safe and high quality services in the destination country and hospital. These patients want to obtain detailed information about the hospital and country of their choice. In this context, hospital websites and social media platforms are important sources of information for international patients and therefore should contain up-to-date, comprehensive and accurate information. In this study, the websites of health institutions providing medical tourism services are in good condition in terms of technical factors and interactive services. However, it has been determined that the content of the websites of some hospitals is inadequate. In particular, it was observed that information such as disabled access certificate, notification of the number of website visitors, public relations unit, waiting lists and updated versions of these lists were missing.

### **1. Giriş**

Medikal turizm, insanların sağlık hizmeti almak için kendi ülkelerinin dışına seyahat etmeleri olarak tanımlanan niş bir sağlık turizmi çeşididir. Özellikle estetik cerrahi, diş tedavileri ve kompleks cerrahi müdahaleler, en popüler medikal turizm hizmetleri arasında yer almaktadır (Mason vd., 2023). Bu alandaki rekabetin son yıllarda artmasıyla birlikte, medikal turizm hizmeti sunan kurumlar için etkili bir web sayfası ve sosyal medya hesabı zorunluluk haline gelmiştir (Çalhan ve Arıcı, 2022). Bu zorunluluğun en büyük nedeni ise medikal turistlerin, tedavi olacakları tesisleri şahsen ziyaret etme imkanının olmamasından kaynaklanmaktadır. Çünkü web sayfaları ve sosyal medya hesapları medikal turistlere sağlık kurumlarını sanal turlar aracılığıyla keşfetme olanağı sağlamaktadır (Buzcu ve Birdir, 2018).

Medikal turizmde web sayfaları, global erişimi artırarak sağlık kurumları hizmetlerini dünya genelinde potansiyel hastalara ulaştırma fırsatı sunmaktadır. Bu sayfalar, hastaların tedavi seçeneklerini araştırdığı ve karar verme sürecinde önemli bir rol oynadığı ilk temas noktalarıdır (Aydın, 2022). Güvenilir ve bilgilendirici bir web

sayfası, hastaların güvenini kazanmada büyük öneme sahiptir. Etkili bir sağlık kurumu web sayfası, kullanıcı dostu, estetik açıdan hoş ve teknik olarak gelişmiş olmalıdır. Mobil uyumluluğu ve hızlı yükleme süreleri, günümüz internet kullanıcılarının beklentileri arasındadır (Birdir ve Buzcu, 2014). Görsel öğeler, profesyonel fotoğraflar ve temiz bir tasarım, sayfanın genel algısını büyük ölçüde etkilemektedir (Vona Kurt ve Şalvarcı Türel, 2022).

Web sayfasının içeriği, hedef kitleye uygun, açık ve net olmalıdır. Tedaviler, hizmetler ve tesisler hakkında detaylı bilgiler, hasta deneyimleri ve geri bildirimler, potansiyel hastaların güvenini artırmaktadır. Çok dilli içerik sunumu ise uluslararası hastalara hitap etme kapasitesini genişletmektedir. Ayrıca web sayfalarının arama motoru optimizasyonu (SEO), web sayfalarının arama motorlarında görünürlüğünü artırmak için kritik bir öneme sahiptir. Anahtar kelime analizi, kaliteli içerik üretimi ve teknik SEO çalışmaları, hızlı bilgi akışını sağlamaktadır. Özellikle web sayfaları ve sosyal medya platformları marka bilinirliğini artırırken potansiyel hastaların birbirleriyle etkileşim ve iletişim fırsatları yaratmaktadır (Huang vd., 2020). Dahası hasta bilgilerinin gizliliği ve güvenliği, medikal turizm web sayfaları için en önemli konulardan biridir. Web sayfalarındaki güvenli ödeme yöntemleri ve veri koruma protokolleri, hastaların kişisel bilgilerini korumada büyük öneme sahiptir (Liu vd., 2021). Özellikle son yıllarda etkinliği kanıtlamış web sayfaları aracılığıyla canlı sohbet, çevrimiçi randevu sistemleri ve etkili müşteri destek hizmetleri, kullanıcı deneyimini iyileştirmektedir. Dahası sıkça sorulan sorular bölümü, hastaların genel sorularına hızlı ve etkili yanıtlar sunmaktadır (Mirakzadeh vd., 2021).

Hastane web sayfaları, medikal turizmdeki önemleriyle, hastalara bilgi sağlama, dil engellerini aşma, uluslararası standartları belirtme, sanal turlar sunma, online randevu ve danışmanlık hizmetleri gibi özelliklerle öne çıkmaktadır (Mesci ve Sağlık, 2020). Bu özellikler, hastanelerin uluslararası alanda rekabet etmesine ve dünya çapında hastaları çekmesine olanak tanımaktadır. Medikal turizmin, hastane web sayfalarının gelişimine paralel olarak büyümeye devam edeceği düşünülmektedir (Tekingündüz vd., 2021). Sağlık kurumlarının, bu dijital platformları etkin bir şekilde kullanması, uluslararası sağlık hizmetlerindeki yerlerini sağlamlaştıracağı varsayılmaktadır (Öksüz ve Altıntaş, 2017; Yılmaz ve Yılmaz, 2022).

Dünyada Malezya, Birleşik Arap Emirlikleri, Tayland, Katar, Kolombiya ve Singapur gibi birçok ülke yeni yatırımlar yapmaktadır (Farrukh vd., 2022). Türkiye'de bu ülkelerden biridir. 2002 yılında başlayan sağlıkta dönüşüm programı ile ilk adım atılmıştır. Sonrasında ise özellikle kamu tarafında şehir hastaneleri ile bu süreç desteklenmektedir. Ayrıca Türkiye'de uluslararası kabul görmüş birçok sağlık kuruluşu da yaptıkları yatırımlarla daha fazla medikal turist çekmeye başlamışlardır (Üstün ve Uslu, 2022). Öyle ki 2012 yılında 169 bin sağlık turistinin geldiği ülkeye 2023 yılının ilk iki çeyreğinde 746.290 sağlık turisti gelmiştir (Buzcu ve Birdir, 2019; USHAŞ, 2023). T.C. Sağlık bakanlığı ise ülkenin marka imajının zarar görmemesi adına 04/02/2019 tarihinde USHAŞ (Uluslararası Sağlık Hizmetleri Anonim Şirketi)'i kurmuştur (USHAŞ, 2023). Bunun en önemli sebebi sağlık turizmi faaliyetlerini tek elden kontrol etmektir. Aynı zamanda Bakanlık sağlık turizmi hizmeti vermek isteyen sağlık kurumlarına ve aracı kurumlara yetki belgesi alma zorunluluğu getirmiştir. Bu zorunluluklardan bir tanesi de web sayfası üzerinden bilgi sunumudur. Bundan dolayı çalışmada Samsun ilinde 15.12.2023 tarihi itibariye sağlık turizmi yetki belgesine sahip olan 25 sağlık kurumunun (SHGM, 2023) web sayfası incelenerek durum tespiti yapmak ve önerilerde bulunmak amaçlanmıştır.

## 2. Yöntem

Çalışmada nitel araştırma yöntemi uygulanmıştır. Veriler doküman analizi ile elde edilmiş, içerik analizi ile analiz edilmiştir. İçerik analizi hem görsel hem de yazılı materyallerin temel içeriğini ve bu içeriklerdeki mesajların analizini ve değerlendirilmesini kapsamaktadır. Bu yöntem, benzer verileri (temalar, görseller, kavramlar gibi) toplayarak, toplanan verilerin daha anlamlı ve sistematik bir biçimde incelenmesini sağlamaktadır (Özsarı vd., 2016).

Çalışmanın evrenini 15.12.2023 tarihi itibariye Samsun'da sağlık turizmi yetki belgesine sahip sağlık kurumları oluşturmaktadır. Bu sağlık kurumlarının 12'si hastane, 8'i muayenehane, 3'ü tıp merkezi, 2'si ağız ve diş sağlığı polikliniğidir. Çalışmaya sağlık kurumlarının tamamı alınmıştır ve çalışma verileri 15.12.2023-15.01.2024 tarihleri arasında toplanmıştır. Toplanan veriler, Maifredi vd. (2010) tarafından geliştirilen ve Buzcu ve Birdir (2014) tarafından Türkçe geçerliliği yapılan ölçek kullanılarak analiz edilmiştir. Ölçek 5 boyut ve 85 ifadeden oluşmaktadır (Birdir ve Buzcu, 2014; Maifredi vd., 2010). Ölçek alt boyutları ifadeleri şu şekildedir;

- **Teknik faktörler boyutu:** Bu kategori altında 15 adet ifade mevcuttur (web sayfasının haritası, sayfanın adının internet sayfasında görünürlüğü, hastane logosunun mevcudiyeti vb.)
- **Sağlık kurumu bilgileri ve hizmetleri boyutu:** Bu kategoride 22 ifade yer almaktadır (temel bilgiler, sağlık kurumu geçmişi, ulaşım detayları vb.).
- **Hasta kabul ve sağlık hizmetleri:** Bu kategoride 25 ifade yer almaktadır (bekleyen hasta listesi, hekim bilgileri, ücretlendirme vb.)
- **İnteraktif çevrimiçi hizmetler:** Bu kategoride 10 ifade yer almaktadır (çevrimiçi randevu, çevrimiçi dilek-şikâyet, hekime soru sorma imkânı vb.).
- **Dış faaliyetler:** Bu kategoride 13 ifade yer almaktadır (medyada biz, bilimsel yayınlar, destek verilen bilimsel çalışmalar vb.).

Ölçekte yer alan ifadeler 1: var, 2: yok şeklinde olmak üzere istatistik programına işlenmiş ve analiz edilmiştir.

## 3. Bulgular

Web sayfalarının içerik analizinde teknik faktörler, sağlık kurumlarının web sayfalarının görsel özelliklerini değerlendirmektedir. Özellikle Sağlık Bakanlığı'nın son zamanlarda engelli bireylere yönelik uygulamalara odaklandığı, hastane alanları ve iç kısımlarında işitme, görme ve bedensel engellilere yönelik düzenlemeler talep ettiği bilinmektedir (Mesci ve Sağlık, 2020). Ancak, engelli bireyler için uygun düzenlemelere sahip olması gereken web sayfalarının bu konuda yeterli bilgi sağlamadığı ve performanslarının düşük olduğu tespit edilmiştir. Web sayfalarında ziyaretçi sayısını açıklayan sağlık kurumlarının da düşük performans gösterdiği belirlenmiştir. Ayrıca web sayfası açıldığında hiçbir sayfaya girişte bir animasyon olmadığı, diğer yandan, yabancı dilde (İngilizce, Arapça, Rusça) erişim sağlanabilen web sayfalarının bu açıdan iyi performans sergilediği görülmüştür (Tablo 1).

**Tablo 1:** Teknik Faktörler ve Skorlar

Sıra	İfade	İfadelerin Bulunma Oranı (%)
1	Web sayfasının adının tarayıcının başlık çubuğunda veya sekme başlıklarında görünmesi	100
2	Web sayfasının adının tarayıcının başlık çubuğunda aktif bir parçasının görüntülenmesi	100
3	Sağlık kuruluşunun isminin web sayfasının üst kısmında görüntülenmesi	100
4	Sağlık kuruluşunun logosunun web sayfasının üst kısmında görüntülenmesi	100
5	Web sayfası açıldığında animasyon veya görsel ile siteye girilmesi	0
6	Web sayfasında farklı yabancı dillerle giriş yapılması	100
7	Sayfa içinde harita görünümünün bulunması	28
8	Web sayfası içinde arama butonunun bulunması, arama yapılabilmesi	100
9	Sayfada güncelleştirme tarihinin bulunması	100
10	Web sayfasında engellilere yönelik sertifikanın bulunması	0
11	Sayfa içinde yararlı linklere erişim sağlanması	16
12	Yasal uyarıların bulunması	80
13	Sayfa içinde telif hakkı bilgilendirmesinin bulunması	100
14	Sayfa içerisinde ziyaretçi sayısı bildirimini	10
15	Web sayfası içindeki sayfalarının yazdırılabilmesi	100

Sağlık kurumlarının web sayfaları hastane bilgileri ve hizmetleri boyutu açısından analiz edildiğinde; sağlık kurumlarının web sayfalarında genellikle 'hakkımızda' bölümünde misyon açıklamalarının yer aldığı tespit edilmiştir. Yine tüm sağlık kurumlarının sayfasında web sayfalarında hizmet kalitesi hakkında bilgilerin yer aldığı, sağlık kurumunda görev yapan hekimlerin uzmanlık alanlarının belirtildiği ve ulaşım ile ilgili bilgilerin yer aldığı belirlenmiştir. Ancak tüm sağlık kurumlarının belirli aralıklarla hasta memnuniyeti anketi yapmasına rağmen hiçbir kurumun hasta memnuniyet oranlarını sitesinde paylaşmadığı ve T.C. Sağlık Bakanlığı tarafından her yıl yapılan kalite puanlarının web sayfalarında paylaşılmadığı belirlenmiştir (Tablo 2).

**Tablo 2:** Sağlık Kurumu Bilgileri Ve Hizmetleri Boyutu

No	İfadeler	İfadelerin Bulunma Oranı (%)
1	Sağlık kurumunun tarihçesinin sitede yer alması	80
2	Ana ekran ayrıntıları içinde veya mevcut bağlantılar vasıtasıyla erişilebilen irtibat detaylarının mevcudiyeti: Hastane posta adresi	100
3	Ana ekran ayrıntıları içinde veya mevcut bağlantılar vasıtasıyla erişilebilen irtibat detaylarının mevcudiyeti: Telefon ve faks numarası	100
4	Ana ekran ayrıntıları içinde veya mevcut bağlantılar vasıtasıyla erişilebilen irtibat detaylarının mevcudiyeti: Mail adresi	100
5	Ana ekran ayrıntıları içinde veya mevcut bağlantılar vasıtasıyla erişilebilen irtibat detaylarının mevcudiyeti: Vergi numarası	0

**Tablo 2'nin devamı**

6	Sayfa içinde kurumun misyonunun açıklaması	80
7	Kalite sertifikasının sitesinin ana sayfasında bulunması	0
8	Kurumun organizasyon şemasının site içinde bulunması	80
9	Sayfa içinde hasta gizliliği ve mahremiyeti hakkında bilgilendirmenin bulunması	70
10	Sağlık kurumuna erişim/ulaşım ile ilgili bilgilerin yer alması: Araç, tramvay, toplu taşıma araçları vb.	75
11	Sayfa içinde sağlık kurumunun haritasının bulunması	0
12	Sayfa içinde sağlık kurumunun sanal turunun yer alması	2
13	Halkla hizmetler birimi: birim çalışma saatleri	0
14	Halkla hizmetler birimi: birim adres ve oda bilgisi	0
15	Halkla hizmetler birimi: telefon ve faks bilgisi	100
16	Halkla hizmetler birimi: Mail adresi	100
17	Sağlık hizmeti ruhsatının bulunması	100
18	Hasta hakları ve sorumlulukları hakkında bilgilerin yer alması	75
19	Hastalara yapılan memnuniyet anketi sonuçlarının yer alması	0
20	Hastane yatırımcılarına ait bilgilerin yer alması	0
21	Yabancılar için gerekli bilgilendirmenin yer alması	100
22	Destek servis bilgilerinin yer alması (cafe, TV, telefon)	65

Kabul ve sağlık hizmetleri boyutunda; sağlık kurumlarının web sayfalarında muayene ve diğer hizmetlerin ücretlerini ve ödeme süreci ile ilgili bilgileri paylaşmadığı, bekleyen hasta listelerine yer vermediği, kalite belirleyicileri ile ilgili hiçbir bilgi paylaşmadığı tespit edilmiştir. Ancak sağlık kurumlarının branşlara göre hekim listelerini paylaştığı, hasta kabul süreçleri ile ilgili bilgileri paylaştığı ve iletişim ile ilgili tüm bilgilere web sayfalarında yer verildiği belirlenmiştir (Tablo 3).

**Tablo 3: Kabul ve Sağlık Hizmetleri**

No	İfadeler	İfadelerin Bulunma Oranı (%)
1	Hasta kabul algoritmasının yer alması (anlaşılmalı kurumlar SGK vb, hasta bakma politikası)	100
2	Hasta kabul süreçleri ile ilgili bilgilendirmenin bulunması	75
3	Hastanede yatış döneminde uyulması zorunlu kurallar hakkında bilgi sağlanması.	75
4	Ödeme süreci ile ilgili bilgilerin (ödemede takip edilecek kurallar) bulunması	0
5	Ziyaret kurallarının bulunması	75
6	Tıbbi doküman kopyası, sonuç alma ile ilgili bilgilerin bulunması	80
7	Muayene ve diğer hizmetler için belirlenen ücretlerin ödeme detaylarının yer alması	0
8	Sağlık kurumu birimleri ile ilgili kullanıcı bilgisi: Tüm listenin (branşlar) yer alması	100
9	Sağlık kurumu birimleri ile ilgili kullanıcı bilgisi: Yerleşim bilgisi	0

Tablo 3'ün devamı

10	Sağlık kurumu birimleri ile ilgili kullanıcı bilgisi: Mail, telefon, faks	100
11	Ayaktan tedaviye yönelik verilen hizmetlerinin yer alması (teşhis, randevu alma, danışmanlık vb.)	100
12	Sağlık kurumunun yatak kapasite bilgisine yer verilmesi	40
13	Bekleyen hasta listelerine yer verilmesi	0
14	Bekleme listesinin güncel halinin gösteriminin bulunması	0
15	Yıllara göre hasta sayılarına yer verilmesi	40
16	Hekim özgeçmişlerine yer verilmesi	80
17	Hastane kalite belirleyicileri: hastane kaynaklı enfeksiyon verisi	0
18	Hastane kalite belirleyicileri: ölüm oranı bilgisi	0
19	Hastane kalite belirleyicileri: ameliyat sonrası ölüm oranı	0
20	Hastane kalite belirleyicileri: diğer bilgiler	0
21	Alfabetik hekim listesi	100
22	Uzmanlıklara göre hekim listesi	100
23	Özel danışmanlık, servis ve hizmet ücreti ile ilgi ödeme bilgilerine yer verilmesi	0
24	Hizmet listeleri ile beraber ödeme/ücret bilgilerine yer verilmesi	0
25	Ücret bilgileri ile beraber hizmetlerin maliyetine yer verilmesi	0

Sağlık kurumlarının web sayfaları interaktif çevrimiçi hizmetler açısından incelendiğinde; laboratuvar sonuçlarına ve tıbbi dokümanlara çevrimiçi erişim imkânı sunan web sayfalarının bu alanda iyi bir performans gösterdiği belirlenmiştir. Ayrıca, sağlık danışmanlığı, randevu hizmetleri, şikâyet ve öneri formlarının bulunduğu belirli sekmelerin bazı kurumlar tarafından etkin bir şekilde kullanıldığı tespit edilmiştir. Bu hizmetler, hedef kitlenin ihtiyaçlarına yönelik olarak tasarlanmış ve kullanıcıların kurum hizmetlerine daha kolay erişimini sağlamaktadır (Tablo 4).

Tablo 4: İnteraktif Çevrimiçi Hizmetler

No.	İfadeler	İfadelerin Bulunma Oranı (%)
1	Çevrimiçi olarak muayene randevusu alma imkanının sunulması	100
2	Çevrimiçi olarak muayene randevusu alma imkanının bildirimini bulunması	100
3	Çevrimiçi olarak ile diğer hizmetlerin bulunması (doküman alma vb.)	100
4	Randevu alma, hastane hizmetinin online olması için linklerin bulunması	100
5	Sağlık kurumu ile online iletişim kurma imkanının bulunması	100
6	Çevrimiçi hekime soru sorabilme imkanının bulunması	25
7	Çevrimiçi aracılığıyla bilgi talep formu alınabilmesi	60
8	Çevrimiçi dilek, şikâyet ve öneri formlarına yer verilmesi	100
9	Çıkarılan gazete veya haber bülteni için üyelik imkanlarına yer verilmesi	0
10	Sağlık ile ilgili blok ve forumlara yer verilmesi	25

Sağlık kurumları, çeşitli kurslar, konferanslar ve kongreler gibi etkinlikler düzenlemektedir, ancak web sitelerinin bu etkinliklerin tanıtımı ve bilgilendirilmesi konusunda iyi bir performans sergilemediği belirlenmiştir. Hastane çalışanlarına ait



dernekler ve diğer kurumlarla ilgili bilgilerin yetersiz olduğu, ancak basın bildirimleri ve bültenlerle ilgili bilgilere web sitelerinde yer verildiği ve bu alanda iyi bir performans gösterildiği tespit edilmiştir. Bu durum, web sitelerinin bazı alanlarda iyi, bazı alanlarda ise geliştirilmesi gereken yönlerinin olduğunu ortaya koymaktadır.

**Tablo 5: Dış faaliyetler**

No.	Maddeler	İfadelerin Bulunma Oranı (%)
1	Sağlık dokümanlarına erişim ve bu belgeleri indirip inceleme imkânlarının sağlanması	50
2	Tıp terimleri sözlüğünün bulunması	5
3	Sağlık kurumu tarafından desteklenen veya içinde yer alınan bilimsel çalışmalar	5
4	Sağlık kurumunda gerçekleşen lisans ya da lisansüstü derslerin bulunması	1
5	Kütüphanenin bulunması	0
6	Sağlık kurumunda yapılan aktivitelerin programı: Kurs, kongre, konferans vb.	50
7	Sağlık kurumunun kendi bilimsel yayınlarına yer verilmesi	45
8	Sağlık kurumundaki iş fırsatlarının detaylarına yer verilmesi	25
9	Sağlık kurumunda çalışan derneklerin/kurumların bulunması: Gönüllü dernekler	0
10	Sağlık kurumunda çalışan dernekler/kurumlar: Hasta birimlerinin bulunması	0
11	Sağlık kurumunda çalışan dernekler/kurumlar: Hasta haklarının korunmasına yönelik kurumların bulunması	0
12	Sağlık kurumuna nasıl bağış yapılacağına ilişkin bilginin (hibe, kan, yardım vb.) bulunması	0
13	Sayfada "Medyada biz" butonuna yer verilmesi	75

#### 4. Tartışma

Medikal turizm, bireylerin sağlık hizmetlerine erişim sağlamak amacıyla yurt dışına seyahat etmelerini kapsayan bir kavramdır. Birçok ulus, 2008'de yaşanan global finansal krizin ardından ekonomilerini canlandırma amacıyla bu tür turizmi desteklemeye yönelmiştir. Ayrıca, 1997'deki Asya finansal krizinin ardından Asya'daki pek çok devlet, döviz kazanımı amacıyla medikal turizm sektörünü tanıtmak ve geliştirmek için adımlar atmıştır. Malezya, Tayland ve Hindistan gibi Asya ülkelerindeki yönetimler, uluslararası hasta çekmek adına çeşitli politikalar ve programlar uygulamış, ülkelerini dünya çapında tanınan sağlık merkezlerine dönüştürmüştür (Farrukh vd., 2022; Kee vd., 2020; Kim ve Hyun, 2022). Son yıllarda, Asya'daki bu ülkelerde medikal turizm ihracatında görülen büyük artış, alınan bu önlemlerin ne kadar başarılı olduğunu göstermiştir. Örnek olarak, Tayland'ın medikal turizm endüstrisi 2010 yılında yaklaşık 340 milyon ABD doları, 2013 yılında ise 622 milyon ABD doları kazanç sağlayarak dünyada öne çıkmıştır; bu, yılda en az %20'lik bir artış anlamına gelmektedir. Aynı dönemde Malezya'nın medikal turizm gelirleri yıllık %19 oranında büyüme göstermiştir. Ek olarak, 2013 yılında Tayland'ın medikal turizm gelirleri, ülkenin gayrisafi yurt içi hasılasının (GSYİH) %0,16'sını oluştururken, Malezya'nın medikal turizm gelirleri aynı yıl yaklaşık 293 milyon ABD doları değerinde olup, Malezya'nın GSYİH'sinin

%0,09'unu temsil etmiştir (Beladi vd., 2019; Euromonitor International, 2015; Shoukat vd., 2023).

Medikal turizm, dünya genelinde yaygın bir ilgi görmekte ve birçok bölgede aktif olarak teşvik edilmektedir. Özellikle Meksika, Brezilya ve Kolombiya gibi Latin Amerika ülkeleri, Kuzey Amerika'dan gelen hastaları çekmek amacıyla sağlık altyapılarına önemli ölçüde yatırım yapmıştır. Doğu Avrupa'da ise Macaristan, Çekya ve Polonya gibi ülkeler, Batı Avrupa'dan gelen hastalara yönelik olarak kendilerini bölgesel sağlık destinasyonları olarak konumlandırmışlardır. Avrupa'daki medikal turist sayısının artışı, Avrupa Birliği'nin 2011 yılında 2011/24/EU sayılı Sınır Ötesi Sağlık Hizmetleri ve Hasta Hakları Yönetmeliğini yürürlüğe koymasını tetiklemiştir. Bu Yönetmelik, Avrupa Birliği vatandaşlarının üye ülkelerde tıbbi tedavi alma haklarını güçlendirmiştir (European Commission, 2016). Orta Doğu'da, İsrail, Türkiye ve Birleşik Arap Emirlikleri gibi ülkeler, bölgeye ve Avrupa'ya yakın ülkelere gelen hastaları kendi ülkelerine çekmek için sağlık sistemlerini sürekli olarak geliştirmektedirler. Örneğin, 2014 yılında Dubai, medikal turizmi canlandırmak ve 2020 yılına kadar ekonomisini yaklaşık 708 milyon ABD Doları değerine ulaştırmak için 22 hastane tesisi inşa etme kararı almıştır (Beladi vd., 2019; Kannan, 2014). Türkiye ise sağlıkta dönüşüm programı ile beraber sağlık alt yapısını güçlendirmiş ve birçok bölgeye şehir hastaneleri inşa etmiştir. Ayrıca sağlık turizminin kontrolünü tek elden yürütmek amacıyla USHAŞ'ı kurmuştur. Dahası *healthturkiye* web sayfasını kurarak medikal turistlerin güvenilir bilgilere ulaşmasını sağlamıştır. Yine Türkiye 2019 yılında sağlık turizmi ve turistlerin sağlığı kapsamında 701.046 hasta ağırlamış ve bundan 1.492.438 bin ABD Doları gelir elde etmiştir. 2023 yılının ilk iki çeyreğinde ise hasta sayısı 746.290 olurken elde edilen gelir 1.033.942 bin ABD doları olmuştur (USHAŞ, 2023b).

Son 15 yılda, gelişmiş ülkelerdeki sağlık hizmetlerinin yüksek maliyetleri nedeniyle, daha uygun maliyetle kaliteli sağlık hizmeti almak isteyenler gelişmekte olan ülkelere yönelmişlerdir. Bundan dolayı dış tedaviden estetik operasyonlara kadar farklı branşlarda kaliteli ve uygun maliyetli sağlık hizmeti veren gelişmekte olan ülkelerde medikal turizm daha büyük önem kazanmıştır. Bu trend, internet teknolojilerinin gelişmesi ve insanların yurt dışına seyahat etme imkanlarının artmasıyla birlikte son yıllarda daha da ivme kazanmıştır (Beladi vd., 2015; Hadian vd., 2021). Bu nedenle sağlık kurumlarının web sayfalarının ve sosyal medya platformlarının etkin verimli kullanılması medikal turizm için çok önemlidir.

Çalışma bulgularında sağlık kurumlarının web sitelerinin teknik açıdan yüzdellik dilimlerinin yüksek olduğu belirlenmiştir. Birdir ve Buzcu (2014) tarafından JCI akreditasyona sahip 46 sağlık kurumunun web sayfasının incelendiği çalışmada da yüzdellik oranlar benzer şeklide yüksek tespit edilmiştir (Birdir ve Buzcu, 2014). Beylik ve Turan (2023) tarafından yapılan çalışmada da yine Türkiye'deki sağlık kurumlarının teknik faktörler boyutunda bulunan ifadelerin yüzdellik dilimleri de benzer şekilde yüksek tespit edilmiştir (Beylik ve Turan, 2023). Bu çalışma diğer çalışmalardan elde edilen verilere göre; medikal turizm hizmeti veren sağlık kurumlarının web sayfalarının teknik faktörler açıdan yeterli olduğu sonucuna varılabilir.

Medikal turizm ve hasta memnuniyeti üzerine yapılan çalışmalarda hasta memnuniyetinin tekrar ziyaret etme ve tavsiye niyeti üzerinde pozitif bir etkisi olduğunu göstermiştir (Ghasemi vd., 2023; Rahman, 2019; Ting ve Chandrashekar, 2023). Ancak sağlık kurumlarının web sayfaları incelendiğinde hiçbir sağlık kurumu hasta memnuniyet anketi sonuçlarına web sayfalarında yer vermemiştir. Aynı zamanda hastane web sayfalarında hastalarının yorumlarının olduğu bir bağlantı da tespit edilememiştir. Sağlık hizmetleri doğası gereği ağızdan ağıza pazarlama yönteminin en

çok kullanıldığı hizmet türüdür. Son yıllarda bu durum internetin yaygınlaşması ile elektronik ağızdan ağıza pazarlama şeklinde yapılmaktadır (Farrukh vd., 2022b; Mohammed Abubakar, 2016; Taheri vd., 2021). Bu sebeple sağlık kurumlarının hem sosyal medya platformlarında hem de web sayfalarında hasta ve çalışan haklarını ihlal eden kişisel verileri içeren yorumlar haricinde kalan yorumları yayınlamaları gerektiği savunulabilir.

Literatürde medikal turistlerin sağlık kurumu ve destinasyon seçiminde en önemli faktörlerden birinin maliyet olduğunu tespit eden çalışmalar mevcuttur. Ancak sağlık kurumlarının web sayfaları incelendiğinde; hiçbir sağlık kurumunun sağlık hizmetlerinin fiyatları ile ilgili bilgiye yer vermediği belirlenmiştir. Ağazade ve Ergün (2022) yaptıkları çalışmada Türkiye'deki sağlık hizmetlerinin yüksek kalitesine rağmen, fiyatların veya maliyetlerin sağlık turistlerinin kararlarında önemli ölçüde etkili olduğunu tespit etmişlerdir (Ağazade ve Ergün, 2022). Yine Ağazade ve Ergün (2023) yaptıkları çalışmada medikal turistlerin fiyat temelli tercihlerinin Türkiye'ye yönelik medikal turizm talebinde önemli ölçüde diğer faktörlerden daha güçlü olduğunu belirlemişlerdir (Ağazade ve Ergün, 2023). Bu çalışma sonuçlarından yola çıkarak özel sağlık kurumlarının verdikleri hizmetlerinin fiyat aralığını web sayfalarında paylaşmasının medikal turistler açısından oldukça önemli olduğu söylenebilir.

Medikal turistlerin bilgi almak için sağlık kurumunu ziyaret etmesi mümkün değildir. Genellikle bu hizmetler aracı kurumlar vasıtasıyla veya internet üzerinden yapılmaktadır. Sağlık kurumların internet üzerinden verdikleri hizmetlere ait ifadeler incelendiğinde yüzdelik dilimlerin yüksek olduğu belirlenmiştir. Benzer şekilde Birdir ve Buzcu (2014), Mesci ve Sağlık (2020) ve Beylik ve Turan (2023) tarafından yapılan çalışmalarda da bu oran yüksek tespit edilmiştir (Beylik ve Turan, 2023; Birdir ve Buzcu, 2014; Mesci ve Sağlık, 2020). Yapay zekanın yaygınlaştığı dijitalleşmenin üst seviyelere çıktığı günümüzde bu hizmetlerin internet aracılığıyla verilmiş olmasının medikal turistlerin tercihleri konusunda olumlu etki yapacağı söylenebilir.

## **5. Sonuç ve Öneriler**

Dünyada sağlık turizmine katılan hastalar için, gidecekleri ülkede ve hastanede güvenli ve yüksek kaliteli hizmetler almak büyük öneme sahiptir. Bu hastalar, tercih edecekleri hastane ve ülke hakkında ayrıntılı bilgi edinmek istemektedirler. Bu bağlamda, hastane web sayfaları ve sosyal medya platformları, uluslararası hastalar için önemli bilgi kaynaklarıdır ve bu yüzden güncel, kapsamlı ve doğru bilgiler içermelidirler. Yapılan bu çalışmada, medikal turizm hizmeti veren sağlık kurumlarının web sayfaları teknik faktörler ve interaktif hizmetler konusunda iyi durumdadırlar. Benzer şekilde Tekingündüz ve diğerleri (2021) ve Vona Kurt ve Şalvarcı Türel (2022) tarafından yapılan çalışmalarda da aynı sonuç elde edilmiştir (Tekingündüz vd., 2021; Vona Kurt ve Şalvarcı Türel, 2022). Ancak bazı hastanelerin web sayfalarının içeriğinin yetersiz olduğu tespit edilmiştir. Özellikle, engelli erişim sertifikası, web sayfası ziyaretçi sayısının bildirimi, halkla ilişkiler birimi, bekleme listeleri ve bu listelerin güncellenmiş halleri gibi bilgilerin eksik olduğu tespit edilmiştir. Mesci ve Sağlık (2020) tarafından yapılan çalışmada da aynı sonuç elde edilmiştir (Mesci ve Sağlık, 2020).

Hastane web sayfalarında, hastanenin sanal tur imkanları, ortalama tedavi maliyetleri, hizmet birimleri ve personel listeleri gibi bilgilerin yanı sıra, enfeksiyon ve ölüm oranları gibi kalite göstergeleri de bulunmalıdır. Ayrıca, canlı destek hizmetleri aracılığıyla hastaların sorularına anında yanıt verilmesi, hastane ile hasta arasında etkili bir iletişim köprüsü kurulmasını sağlayabilir. Hastanenin bulunduğu ülkenin tarihi ve kültürel bilgilerinin de web sayfasında yer alması, hastaların hedef ülke hakkında

bilgi sahibi olmalarını kolaylaştırır. Hastane web sayfalarında, acente kullanmadan doğrudan başvuracak hastalar için anlaşmalı otel ve araç kiralama hizmetleri hakkında bilgiler ve öneriler de yer alabilir. Ayrıca, hastaneden daha önce hizmet alan hastaların yorum ve değerlendirmelerini içeren forumlar oluşturularak, diğer hastaların hastane tercihlerinde etkili bilgiler sunulabilir. Dahası dünya çapında insanlar bilgi teknolojilerini giderek artan bir oranda kullanmaktadır ve bu sayede, dünyanın öbür ucundaki bilgilere saniyeler içerisinde erişebilmektedirler. Bu durum, hastanelerin web sayfalarının etkin bir şekilde tasarlanmasını ve medikal turizm alanında fark yaratma potansiyeline sahip tüm önemli bilgileri barındırmasını zorunlu kılmaktadır.

Dahası bu sonuçlardan yola çıkarak medikal turizm alanında, sosyal medya hesaplarının etik normlara uygun şekilde yönetilmesi ve medikal turistlerin ilgisini çekecek içeriklerle donatılmasıdır. Ayrıca, hastanelerin web sitelerinde farklı dillerde hasta rehberlikleri sunulması ve hekimler ve uzmanlık alanları hakkında ayrıntılı bilgilerin de bu dillerde paylaşılmasıdır. Sosyal medya platformları veya web siteleri aracılığıyla canlı yayınlar düzenlenerek, hastanedeki hekimler ile potansiyel hastalar arasında etkileşim sağlanmalı, hasta-hekim ilişkisinde güven inşa edilmelidir. Sağlık kurumları, medikal turistlere hitap edebilmek için dil seçeneklerini seçtikleri pazara göre genişletmelidir. Web siteleri, kullanıcı dostu olacak şekilde tasarlanmalı, hastanedeki başarılı uygulamalar öne çıkarılmalı, çevre dostu ve bebek-anne dostu gibi pozitif yaklaşımlar benimsenerek tanıtılmalıdır. Ayrıca benzer akademik çalışmaların ülke genelinde yapılarak sağlık kurumlarının web sayfalarının medikal turizm açısından genel durumunun ortaya çıkarılmasının medikal turizmin gelişimi için oldukça önemli olduğu düşünülmektedir.

## 6. Kaynakça

- Ağazade, S., ve Ergün, A. (2022). Health Tourism Revenues and Real Exchange Rate Relationship in Türkiye. *Journal of Quality Assurance in Hospitality ve Tourism*, 1-18. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2022.2158992>
- Ağazade, S., ve Ergün, A. (2023). Medical Tourism Demand to Türkiye: Sub-Sectoral Panel Data Estimations. *Journal of Quality Assurance in Hospitality ve Tourism*, 1-19. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2023.2272631>
- Aydın, A. (2022). The evaluation of the web sites of the health care institutions in Kayseri having medical tourism license in terms of medical tourism. . *International Journal of Health Management and Tourism*. <https://doi.org/10.31201/ijhmt.1174516>
- Beladi, H. , Chao, C. C., Ee, M. S. , ve Hollas, D. (2019). Does medical tourism promote economic growth? A cross-country analysis. *Journal of Travel Research*, 58(1), 121-135.
- Beladi, H., Chao, C.-C., Ee, M. S., ve Hollas, D. (2015). Medical tourism and health worker migration in developing countries. *Economic Modelling*, 46, 391-396. <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2014.12.045>
- Beylik, U. ve Turan, H. (2023). Medikal Turizm Faaliyetinde Bulunan Akredite Hastanelerin Karşılaştırmalı Web Sitesi İçerik Analizi. *Pearson journal*, 8(24), 247-259.
- Birdir, K. ve Buzcu, Z. (2014). JCI akreditasyon belgesine sahip olan sağlık kuruluşlarının web sitelerinin medikal turizm açısından değerlendirilmesi. . *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(1), 1-19.
- Buzcu, Z., ve Birdir, K. (2018). Medikal turizmde mevcut durum analizi: İstanbul ve Antalya örneği. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, 65, 279-293.

- Buzcu, Z., ve Birdir, K. (2019). Review of Medical Tourism in Turkey: A Study in Private Hospitals. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 18(1), 311-327. <https://doi.org/10.21547/jss.430941>
- Çalhan, H., ve Arıcı, A. (2022). Bir Turistik Ürün Olarak Medikal Turizmin Değerlendirilmesi (Evaluation of Medical Tourism as a Touristic Product). *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*. <https://doi.org/10.26677/TR1010.2022.1140>
- Euromonitor International. (2015). *Health and wellness*. <https://www.euromonitor.com/health-and-wellness>.
- European Commission. (2016). *European Commission*. file:///C:/Users/ydsim/Downloads/KE-01-18-197-EN-N%20Cross-border%20healthcare\_2016.pdf.
- Farrukh, M., Shahzad, I. A., Sajid, M., Sheikh, M. F., ve Alam, I. (2022a). Revisiting the intention to travel framework in the perspective of medical tourism: The role of eWord-of-mouth and destination image. *International Journal of Healthcare Management*, 15(1), 28-35. <https://doi.org/10.1080/20479700.2020.1836733>
- Farrukh, M., Shahzad, I. A., Sajid, M., Sheikh, M. F., ve Alam, I. (2022b). Revisiting the intention to travel framework in the perspective of medical tourism: The role of eWord-of-mouth and destination image. *International Journal of Healthcare Management*, 15(1), 28-35. <https://doi.org/10.1080/20479700.2020.1836733>
- Ghasemi, M., Sahranavard, S. A., Alola, U. V., ve Hassanpoor, E. (2023). Can Cost and Quality Management-Oriented Innovation Enhance Patient Satisfaction in Medical Tourist Destination? *Journal of Quality Assurance in Hospitality ve Tourism*, 24(6), 806-835. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2022.2089438>
- Hadian, M., Jabbari, A., Mousavi, S. H., ve Sheikhbardsiri, H. (2021). Medical tourism development: A systematic review of economic aspects. *International Journal of Healthcare Management*, 14(2), 576-582. <https://doi.org/10.1080/20479700.2019.1677977>
- Huang, X., Dai, S., ve Xu, H. (2020). Predicting tourists' health risk preventative behaviour and travelling satisfaction in Tibet: Combining the theory of planned behaviour and health belief model. *Tourism Management Perspectives*, 33, 100589. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2019.100589>
- Kannan, P. (2014). <https://www.thenationalnews.com/business/travel-and-tourism/dubai-reveals-master-plan-for-500-000-medical-tourists-a-year-1.470337>.
- Kee, B., Wong, M., ve Sa'aid Hazley, S. A. (2020). The Future of Health Tourism in the Industrial Revolution 4.0 Era. *Journal of Tourism Futures*, 7(2), 267-272. <https://doi.org/10.1108/JTF-01-2020-0006>
- Kim, H. L., ve Hyun, S. S. (2022). The Future of Medical Tourism for Individuals' Health and Well-Being: A Case Study of the Relationship Improvement between the UAE (United Arab Emirates) and South Korea. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(9). <https://doi.org/10.3390/ijerph19095735>
- Liu, M., Hu, L., Guo, R., Wang, H., Cao, M., Chen, X., ve Liu, Y. (2021). The influence of patient and hospital characteristics on inpatient satisfaction at beijing district-level hospitals. *Patient Preference and Adherence*, 15, 1451-1460. <https://doi.org/10.2147/PPA.S314910>
- Maifredi, G., Orizio, G., Bressanelli, M., Domenighini, S., Gasparotti, C., Perini, E., Caimi, L., Schulz, P. J., ve Gelatti, U. (2010). Italian hospitals on the web: a cross-sectional analysis of official websites. *BMC Medical Informatics and Decision Making*, 10(1), 17. <https://doi.org/10.1186/1472-6947-10-17>
- Mason, A., Spencer, E., Barnett, K., ve Bouchie, J. (2023). Examining the prominence and congruence of organizational corporate social responsibility (CSR)

- communication in medical tourism provider websites. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 6(1), 1-17. <https://doi.org/10.1108/JHTI-06-2021-0136>
- Mesci, G. ve Sağlık, E. (2020). Sağlık turizminde dijital iletişim: JCI akreditasyon belgesini almış hastaneler üzerinde bir araştırma. *Journal of Hospitality and Tourism Issues*, 2(1), 74-90.
- Mirakzadeh, A. A., Karamian, F., Khosravi, E., ve Parvin, F. (2021). Analysis of Preventive Behaviors of Rural Tourism Hosts in the Face of COVID-19 Pandemic: Application of Health Belief Model. *Frontiers in Public Health*, 9. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2021.793173>
- Mohammed Abubakar, A. (2016). Does eWOM influence destination trust and travel intention: a medical tourism perspective. *Economic Research-Ekonomika Istraživanja*, 29(1), 598-611. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2016.1189841>
- Öksüz, B., ve Altıntaş, V. (2017). Sağlık Turizminde Dijital İletişim Kanallarının Kullanımı. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 59-59. <https://doi.org/10.24010/soid.303662>
- Özsarı, S. H. , Hoşgör, H. , ve Hoşgör, D. , G. . (2016). Hastane Web Site Performanslarının Halkla İlişkiler ve Tanıtım Açısından İncelenmesi: Türkiye, Hindistan ve İrlanda Örnekleri. *ACU Sağlık Bil Dergisi*, 4, 209-217.
- Rahman, M. K. (2019). Medical tourism: tourists' perceived services and satisfaction lessons from Malaysian hospitals. *Tourism Review*, 74(3), 739-758. <https://doi.org/10.1108/TR-01-2018-0006>
- SHGM. (2023). *Sağlık Turizmi Yetki Belgesi*. <https://shgmturizmdb.saglik.gov.tr/TR-76664/yetkili-saglik-tesisleri.html> Erişim Tarihi:01.12.2023.
- Shoukat, M. H., Elgammal, I., Aziz, S., Olya, H., ve Selem, K. M. (2023). Medical tourism index and travel willingness via travel anxiety: PLS-NCA approach. *Tourism Recreation Research*, 1-16. <https://doi.org/10.1080/02508281.2023.2240180>
- Taheri, B., Chalmers, D., Wilson, J., ve Arshed, N. (2021). Would you really recommend it? Antecedents of word-of-mouth in medical tourism. *Tourism Management*, 83, 104209. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104209>
- Tekingündüz, S., Kocaoğlu, F. İşler, A. , İnan, S., ve Anar, A. (2021). Sağlık turizmi açısından yetki belgesine sahip hastanelerin web sitelerinin incelenmesi. *Karya Journal of Health Science*, 2(3), 83-87. <https://doi.org/10.52831/kjhs.939408>
- Ting, P. H., ve Chandrashekar, R. (2023). Factors Influencing the Satisfaction Level of Medical Tourist in Malaysia. *Research in Management of Technology and Business*, 4(1), 746-762.
- USHAŞ. (2023a). *Sağlık Turizmi Verileri*. <https://www.ushas.com.tr/saglik-turizmi-verileri/> Erişim Tarihi:16.12.203.
- USHAŞ. (2023b). *Sağlık Turizmi Verileri*. <https://www.ushas.com.tr/saglik-turizmi-verileri/> Erişim Tarihi:16.12.203.
- Üstün, U. ve Uslu, Y. D. (2022). Türkiye'nin Sağlık Turizminde Tercih Edilme Nedenleri Üzerine Bir Çalışma: Medikal Turizm Endeksi. *European Journal of Science and Technology*. <https://doi.org/10.31590/ejosat.1020647>
- Vona Kurt, E., ve Şalvarcı Türel, N. (2022). Antalya'da Faaliyet Gösteren Hastanelerin Web Sitelerinin Medikal Turizm Açısından Değerlendirilmesi. *Third Sector Social Economic Review*, 57(3), 2164-2187. <https://doi.org/10.15659/3.sektor-sosyal-ekonomi.22.09.1895>
- Yılmaz, H. ve Yılmaz, N. (2022). Dünyada ve Türkiye'de Dijital Sağlık Turizmi Uygulamaları. *Sağlık Akademisyenleri Dergisi*, 9(1), 64-72.

<b>Hakem Deđerlendirmesi:</b> Dış bağımsız.	<b>Bilgilendirilmiř Onam Formu:</b> Tüm taraflar kendi rızaları ile çalışmaya dâhil olmuşlardır.
<b>Teřekkür:</b> Çalışmayı yapmaya izin veren kurumlara ve katkılarından dolayı hakemlere teşekkür ederiz.	<b>Araştırmacıların Katkı Oranı:</b> Çalışma tek yazar tarafından yazılmıştır.
<b>Destek Bilgisi:</b> Herhangi bir kurum ve/veya kuruluştan destek alınmamıştır.	<b>Etik Kurul Onayı:</b> Ondokuz Mayıs Üniversitesi Sosyal ve Beřeri Bilimler Etik Kurulundan 24.11.2023 tarih ve 2023-948 sayı ile etik onay alınmıştır.
<b>Çıkar Çatışması:</b> Yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.	