



## KAYSERİ İLİNİN MEDİKAL TURİZMİNDE MARKA OLMA YOLCULUĞU: İNSAN VE YAPAY ZEKÂ PERSPEKTİFLERİ

 Nurperihan TOSUN<sup>a</sup>

 Yılmaz ARIK<sup>b</sup>

### Öz

Türkiye'nin medikal turizmdeki potansiyeli sürekli olarak artmakta ve belirli büyük şehirler çerçevesinde gerçekleştirilmektedir. Kayseri ise sağlık ve turizm altyapısı açısından yüksek potansiyele sahip olup, medikal turizme önemli katkılar sunabilecek kapasiteye ulaşmıştır. Bu çalışma ile Kayseri ilinin medikal turizmde marka kent olma potansiyelini SWOT analiziyle ortaya koymak amaçlanmıştır. Nitel araştırma kapsamında on kişiyle yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılarak ve yapay zeka platformu olan ChatGPT-4o uygulamasından aynı sorular sorularak veriler toplanmıştır. Görüşmeler esnasında literatür ve uzman görüşlerinden yararlanarak hazırlanan sekiz soru katılımcılara sorulmuş, cevaplar ses kaydına alınmıştır. Hem uzman görüşleri hem de ChatGPT-4o uygulamasından toplanan verilerle SWOT analizleri ve karşılaştırmalar yapılmıştır. Yapılan karşılaştırma sonrasında güçlü yönlerde elde edilen benzerlikler; sağlık altyapısının iyi olması, uzman sağlık çalışanlarının varlığı, şehrin Kapadokya bölgesinde yer alması, fiyat avantajı şeklindedir. Zayıf yönlerdeki benzerlikler; yurt dışından uçuşların aktarmalı olması, tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin yetersizliği, medikal turizm konusunda nitelikli personel eksikliği ve kurumlar arası iş birliğinde yetersizlik olmuştur. Fırsatlarda; uygun fiyatlı sağlık hizmetlerinin sunumuyla yüksek talep potansiyeli, medikal turizm ile turizm faaliyetlerinin entegre edilebilirliği, devlet teşvikleri şeklinde benzerlik göstermiştir. Tehditlerdeki benzerlikler ise İstanbul, Antalya ve İzmir şehirlerinin üstün rekabet gücüne sahip olması, medikal turistlerin Türkiye'yi güvenlik açısından riskli görmesi ve meydana gelebilecek istenmeyen durumların olumsuz yorumlarla uluslararası imajı zedeleme riskinin olması şeklindedir. Kayseri ilinin medikal turizm konusunda marka kent haline gelmesi için paydaşların daha güçlü iş birliği içinde olması, profesyonel düzeyde tanıtım ve pazarlama çabalarına önem verilmesi, nitelikli personel yetiştirilmesi, Kapadokya ve Erciyes'in turizm avantajının medikal turizme entegrasyonu, diaspora potansiyelinin değerlendirilmesi, charter uçuşların organize edilmesi, aracı kuruluş sayısının artırılması önerilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Medikal turizm, SWOT analizi, Kayseri, ChatGPT, Yapay zeka.



<sup>a</sup> Doç. Dr., Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölümü, nkarabulut@cumhuriyet.edu.tr

<sup>b</sup> Öğr. Gör., Kapadokya Üniversitesi, Kapadokya Meslek Yüksekokulu, Optisyenlik Bölümü, yilmaz.arik@kapadokya.edu.tr

Makale Geliş Tarihi: 17.11.2024, Makale Kabul Tarihi: 19.12.2024

## KAYSERİ'S JOURNEY TO BECOMING A MEDICAL TOURISM BRAND: PERSPECTIVES FROM HUMANS AND ARTIFICIAL INTELLIGENCE

### Abstract

Turkey's potential in medical tourism is constantly increasing and is being realized within the framework of certain major cities. Kayseri has a high potential in terms of health and tourism infrastructure and has reached the capacity to make significant contributions to medical tourism. This study aims to reveal the potential of Kayseri province to become a brand city in medical tourism through SWOT analysis. Within the scope of qualitative research, data were collected by conducting semi-structured interviews with ten people and asking the same questions from the ChatGPT-4o application, an artificial intelligence platform. During the interviews, eight questions prepared based on the literature and expert opinions were asked to the participants and the answers were audio recorded. SWOT analyses and comparisons were made with the data collected from both expert opinions and ChatGPT-4o application. After the comparison, the similarities obtained in the strengths are; good health infrastructure, the presence of specialized healthcare professionals, the city's location in the Cappadocia region, price advantage. The similarities in weaknesses were; connecting flights from abroad, insufficient promotional and marketing activities, lack of qualified personnel in medical tourism, and insufficient cooperation between institutions. Opportunities were similar in terms of high demand potential through the provision of affordable health services, the integration of medical tourism and tourism activities, and government incentives. The similarities in threats are that Istanbul, Antalya and Izmir have superior competitive power, medical tourists perceive Turkey as risky in terms of security, and there is a risk of undesirable situations that may occur and damage the international image with negative comments. In order for Kayseri to become a brand city in medical tourism, it was suggested that stakeholders should cooperate more strongly, professional promotion and marketing efforts should be emphasized, qualified personnel should be trained, the tourism advantages of Cappadocia and Erciyes should be integrated into medical tourism, the diaspora potential should be evaluated, charter flights should be organized, and the number of intermediary organizations should be increased.

**Keywords:** Medical tourism, SWOT analysis, Kayseri, ChatGPT, Artificial intelligence.



### Giriş

Sağlık turizmi, milyarlarca dolarlık bir endüstri olup sürdürülebilir turizm yönetimi uygulamalarını gerektirirken, aynı zamanda gezginlere ekonomik faydalar ve çeşitli sağlık hizmeti seçenekleri sunan önemli bir küresel sektör olarak öne çıkmaktadır (Bristow vd., 2010). Seyahat ve konaklama ile birleştirilmiş tıbbi tedavileri, sağlık hizmetlerini ve rehabilitasyon bakımını kapsamaktadır (Şengül & Çora, 2020). Sektörün önemi; ziyaretçi çekme, yüksek kalitede ve maiyet olarak erişilebilir sağlık hizmeti sunma ve benzersiz deneyimler sunma potansiyelinde yatmaktadır (Soliman vd., 2024). Sağlık turizmi potansiyelini geliştirmek için ülkelerin; uzmanlaşmış ve ileri sağlık teknolojileriyle hizmet sunmaya, nitelikli sağlık insan kaynağına yatırım yapma, konaklama altyapısını iyileştirmeye, kalite ve akreditasyon standartlarını yükseltmeye ve uluslararası ortaklıklar kurmaya odaklanmaları, bu rekabetçi pazarda başarı sağlamak için kritik öneme sahiptir (Jafari vd., 2016).

Sağlık turizmi, sağlığı koruma ve tedavi etme amaçlı seyahatleri kapsayan küresel ölçekte büyüyen bir sektör olup temelde üç ana gruba ayrılabilir: medikal turizm, wellness turizmi ile termal ve spa

turizmi (Lee & Kim, 2015; Mainil vd., 2017). Medikal turizm, tedavi amaçlı seyahat etmeyi içerirken, wellness, termal ve spa turizm ise önleme ve iyileşmeye odaklanmaktadır (Mahdavi vd., 2013). Sağlık turizmi, özellikle Amerika Birleşik Devletleri'nde sağlık ve medikal spalarının gelişimiyle ivme kazanmış olup, bu durum tüketicilerin zindelik ve sağlıklı yaşam konusuna olan artan ilgisiyle şekillenmiştir (Spivack, 1998). Sağlık turizminin gelişimini etkileyen faktörler arasında markalaşma, sektörler arası iş birliği ve merkezi hizmetler yer almaktadır (Mahdavi vd., 2013). Sağlık turistlerinin destinasyon seçimlerini belirleyen faktörler arasında mesafe, maliyet, dil, tıbbi teknoloji yeterliliği, ülkenin imajı, kültürel faktörler vb. yer almaktadır (Lee & Kim, 2015). Küresel ölçekte, 2019 yılında medikal turist sayısının yaklaşık 23 milyon olduğu ve bu sektörden elde edilen ekonomik değer 104,7 milyar dolara ulaştığı tahmin edilmektedir. 2027 yılına gelindiğinde ise medikal turist sayısının 70 milyona, sektörden elde edilecek ekonomik değer ise 273,7 milyar dolara ulaşması öngörülmektedir (Chanda, 2022).

Küresel çapta medikal turizmdeki bu önemli artışa paralel olarak, Türkiye, özellikle plastik cerrahi, saç ekimi, onkoloji, göz hastalıkları, genel cerrahi, diş hekimliği, ortopedi ve travmatoloji gibi alanlarda gösterdiği başarılar ile sağlık turizmi konusunda önde gelen bir destinasyon haline gelmiştir. Ülkenin sağlık hizmetlerinin kalitesini artırmaya yönelik stratejik girişimler ve yatırımlar, bu büyümeyi önemli ölçüde desteklemiş, erişilebilir maliyet ve yüksek kaliteli tıbbi bakım arayan uluslararası hastalar için cazip bir seçenek sunmuştur (Pirzada, 2022; Özcan vd., 2024; Uluslararası Sağlık Hizmetleri Anonim Şirketi [USHAŞ], 2024). Türkiye'de sağlık turizmi potansiyeli yüksek olan şehirler arasında İstanbul, Antalya, Ankara, İzmir ve Adana öne çıkmaktadır (Kılıçarslan, 2019; Çubuk, 2022). Ancak, bu alandaki gelişimin sürdürülebilir olabilmesi için, tüm yükün yalnızca birkaç şehir üzerine yoğunlaşmaması ve farklı şehirlerin de sağlık turizmi konusunda markalaşması ve daha fazla öne çıkması gerekmektedir.

Kayseri, büyükşehir statüsü, gelişmiş sağlık altyapısı ve stratejik konumuyla sağlık turizmi açısından önemli bir potansiyele sahip bir şehir olarak öne çıkmaktadır. Şehirdeki 1.607 yatak kapasiteli şehir hastanesi, üniversite hastanesi, özel hastaneler ve dal hastaneleri, kaliteli ve uzmanlaşmış sağlık hizmetlerinin çeşitliliğini artırırken, Anadolu Sağlık Turizmi Derneği (ASTUDER) gibi sağlık turizmi alanındaki sivil toplum kuruluşları (STK) ile kurulan iş birliği de bu potansiyeli pekiştirmektedir. Kayseri, uluslararası charter uçuşlarına hizmet veren Erkilet Havaalanı ve 2023 yılında 4 milyonun üzerinde yerli ve yabancı ziyaretçi ağırlayan Kapadokya gibi turistik bölgelere yakınlığı ile sağlık turizmi için cazip bir destinasyon olma yolundadır (tourismtoday, 2023). Bu açıdan da sağlık turistlerinin yanı sıra kültürel ve doğal zenginliklerden faydalanmak isteyen ziyaretçilere de hitap eden bir şehir olma özelliği taşımaktadır. Bu unsurlar, Kayseri'yi sadece tıbbi bakım arayan turistler için değil, aynı zamanda sağlık turizmi sektöründe yatırım yapmayı planlayan girişimciler için de önemli bir merkez haline getirmektedir. Gelecek yıllarda bu alandaki yatırımların artması ve şehrin uluslararası alanda daha fazla tanınması, Kayseri'nin sağlık turizmi pazarındaki büyüme potansiyelini daha da artıracaktır.

Bu çalışmanın amacı, Kayseri'nin medikal turizmde marka kent olma potansiyelini, uzman görüşleri ve bir yapay zeka platformu olan ChatGPT-4o aracılığıyla araştırmaktır. Elde edilen veriler doğrultusunda, her iki perspektife dayalı olarak iki ayrı SWOT analizi hazırlanmış ve bu analizler karşılaştırılmıştır. Kayseri'ye dair daha önceki birincil kaynaklardan elde edilen verilerle medikal turizm konusunda yapılan çalışmaların sınırlı olması ve yapay zeka uygulamasının çalışmaya dahil edilmesi,

bu çalışmanın özgünlüğünü ortaya koymaktadır. Bu çalışmadan elde edilen veriler doğrultusunda Kayseri'nin medikal turizm marka kent olma yolculuğu değerlendirilmekte olup, sahaya ve politika yapıcılara öneriler sunulmaktadır.

## A. LİTERATÜR TARAMASI

### 1. Sağlık Turizmi

Uluslararası seyahatlerin 2022 yılında 963 milyon kişiye ulaşarak, 2021 yılına kıyasla %111 oranında bir artış göstermesi dikkat çekicidir. Turizm harcamaları ise 1 trilyon 31 milyar dolar olarak gerçekleşmiş ve Türkiye, en yüksek gelir elde eden ülkeler arasında yer almıştır. Gelen turist sayısına göre Türkiye, dünyada 4. sırada, turizm geliri sıralamasında ise 6. sırada bulunmaktadır (Türkiye Seyahat Acentaları Birliği [TÜRSAB], 2022). Sağlık turizmi alanında, 2022 yılında 1.381.807 kişi Türkiye'ye sağlık hizmeti almak için gelmiş ve bu seyahatlerden elde edilen gelir 2.206.750 bin ABD Doları olmuştur (USHAŞ, 2024)

Sağlık turizmi, kişilerin koruyucu, tedavi edici, rehabilite edici ve sağlığı geliştirici hizmetleri almak için yaptıkları seyahatler olarak tanımlanmaktadır (Tütüncü vd., 2011). Bir başka tanıma göre ise kişilerin sağlıklarını koruması, geliştirmesi, bozulan iyilik haline tekrar ulaşması için yerleşim yerinden ayrılarak yirmi dört saati geçen ziyaretler kapsamında konaklama ve sağlık hizmetleri alması şeklinde tanımlanmaktadır. Sağlık turizmi, sağlığı koruma, hastalıkların önlenmesi ve hastalıkların tedavisi gibi bir yelpazede ele alınmaktadır (Tengilimoğlu, 2021). Genel bir değerlendirme ile bakıldığında ise sağlık turizmi daha az maliyetle, daha kaliteli ve hızlı şekilde sağlık hizmeti almak için yapılan uluslararası seyahatler olarak ele alınmaktadır (Doğan & Doğan, 2020). Sağlık turizminin gelişimi tarihsel bağlamda incelendiğinde en eski formu termal turizm olup antik çağlara kadar dayanmakta olup, günümüzde stratejik önem taşıyan formu medikal turizmdir.

Dünyada medikal turizme bakıldığında 2019 yılında 23 milyon sağlık turisti başka bir ülkeden hizmet almak için seyahat etmiş ve 104,7 milyar dolar harcama meydana gelmiştir. Dünyadaki medikal turizm pazarında en çok kanser, ortopedi, kozmetik, kardiyovasküler sistem, diş ve nörolojik tedaviler yer almaktadır (Chanda, 2022). Dünya medikal turizminde ortopedi, kardiyoloji ve nakillerde Hindistan; estetik ve kardiyolojide Singapur; onkolojik cerrahide Güney Kore önemli konumda olurken ülkemiz estetik, diş, göz, saç ekimi, onkoloji, ortopedi ve tüp bebekte ön planda yer almaktadır (Tengilimoğlu, 2021).

Medikal turizmde yabancı bir ülkeden sağlık hizmeti almak, öncelikle güveni gerekli kılmaktadır. Bunun için ülkeler kendilerini onaylanmış ve güven imajıyla lanse etmek için çabalarda bulunmakta ve tanıtma faaliyetlerinde bunları kullanmaktadır. Medical Tourism Association (Medikal Turizm Derneği) ve International Healthcare Research Center (Uluslararası Sağlık Araştırma Merkezi) tarafından yapılan bir çalışmaya göre katılımcıların %78,8'i yabancı bir sağlık hizmetine güven duymanın önemli olduğunu ifade etmektedir. Ayrıca katılımcıların %71,2'si başka bir ülkede akredite olmuş bir sağlık kuruluşunu ziyaret ettiğini, %63,3'ü tercih edecekleri sağlık kuruluşunun akredite olmuş olmasının seçim kararlarını önemli düzeyde etkilediğini belirtmektedir (Medical Tourism Association, 2024).

Literatür incelendiğinde sağlık turizminde ülkelerin tercih edilme nedenleri aşağıda belirtildiği şekilde ortaya çıkmaktadır (Krasnokutskaya, 2022; Papp & Lörincz, 2016; Tontuş, 2015a):

- Singapur, Tayland, Kıbrıs Rum Kesimi ve Kostarika temel gelir kaynağı turizm oldukları için tercih edilmekte,
- Almanya, ABD ve Güney Kore kaliteli sağlık hizmeti sundukları ve ileri tıbbi teknolojiye sahip oldukları için tercih edilmekte,
- Sağlık turizmine verdikleri önem ve geçmişten gelen turizm politikalarına göre: Macaristan, termal turizm; İspanya, yaşlı turizmi; Hindistan, tıp turizminde tercih edilmekte,
- Ürdün, Hindistan, Malezya, Brezilya ve Malta yurtdışında eğitim görmüş doktor avantajından dolayı tercih edilmekte,
- Asya bölgesi tedavi ve hizmette yüksek kaliteye sahip olması, güncel teknolojik gelişmeleri takip etmesi ve esnek fiyat politikasından dolayı tercih edilmekte,
- Meksika dış hekimliği ve estetik cerrahi için yakınlığı bakımında ABD vatandaşları tarafından tercih edilmekte,
- Türkiye, Malezya ve İsrail ise kalite sağlık hizmeti, uygun fiyat, coğrafi konum, ileri tıbbi teknoloji ve turizm ülkeleri olması bakımıyla tercih edilmektedir.

### 1.1. Türkiye’de Medikal Turizm

Günümüzde dünyanın entegre bir pazar haline gelmesi, ulaşım olanaklarının artması ve kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması, sağlık hizmetlerinin de uluslararası ticaretle uyum sağlamasına olanak tanımış ve bu hizmetler, küresel turizm pazarında önemli bir yer edinmiştir. Türkiye’de sağlık turizminin önemi ise son 12 yılda sürekli artış göstermiştir. 2012 yılında sağlık amaçlı ülkemize gelen ziyaretçi sayısı 265.048 iken, bu rakam 2023 yılında 1.538.643’e ulaşmıştır (Şahin & Tuzlukaya, 2017; Türkiye İstatistik Kurumu [TÜİK], 2024).

Ülkemizde sağlık turizmine devlet kapsamında verilen öneme baktığımızda 10. Kalkınma Planı’nda sağlık turizmi kavramına yer verilmeye başlanmış, 11. ve 12. Kalkınma Planları ile devamı gelmiştir. 10. Kalkınma Planı’nda sağlık turizmine dair hedefler, bileşenler ve sorumlu kuruluşları içeren “Sağlık Turizminin Geliştirilmesi Programı” başlığında bir bölüm yer almaktadır. 11. Kalkınma Planı’nda ise sağlık turizmi kapsamında tanıtım, yatırım, hizmet kapasitesinin geliştirilmesi, hukuki düzenlemeler, akreditasyon ve pazarlama faaliyetleri gibi hedeflere yer verilmiştir. Son olarak 12. Kalkınma Planı’nda bir önceki planlar kapsamında hedeflerin devamı ve geliştirilmesinin teşvik edilmesi konuları ele alınmıştır (T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, 2024). Sağlık Bakanlığı da 2010-2014, 2013-2017, 2019-2023 ve 2024-2028 stratejik planlarında sağlık turizmi konusunu ele almış ve stratejik hedefler belirlemiştir. Bu hedefler; sağlık turizmi alanında işbirliklerinin yapılması, sağlık turizmi alanında hizmet yürüten kuruluşlara ait kriterlerin hazırlanması, kamu-özel sektörün yurtdışı çalışmalarına destek olunması, sağlık turizmini tanıtma çabaları, kalite geliştirme, kapsamını genişletme, yönetişimi iyileştirme, şehir hastanelerinin de sağlık turizminde önemli bir rolünün olması, sağlık

turizmine ilişkin hizmet sunum standartlarının geliştirilmesi, nitelikli personel sağlama, uzaktan sağlık hizmetleri ile entegresinin sağlanması, uzaktan hasta takibi için altyapının geliştirilmesi, sağlık turizminde yer alan hizmet sağlayıcı ve aracı kuruluşların denetlenmesi, akreditasyona teşviğin sağlanması şeklindedir (Sağlık Bakanlığı Strateji Geliştirme Başkanlığı, 2024).

Sağlık turizmine yönelik kalkınma planları ve bakanlıkların stratejik hedeflerinde yer alan faaliyetlerin planlanması, yürütülmesi ve izlenmesi amacıyla belirli bir örgütlenme ihtiyacı doğmuştur. Bu kapsamda, Türkiye’de sağlık turizmi faaliyetlerini koordine etmek üzere ilk olarak Sağlık Turizmi Koordinasyon Kurulu (SATÜRK) oluşturulmuş, ardından Sağlık Bakanlığı’na bağlı olarak Uluslararası Sağlık Hizmetleri Anonim Şirketi (USHAŞ) kurulmuştur (Askerlik Kanunu ve Diğer Bazı Kanunlarda Değişiklik, 2018). Ayrıca, 13 Temmuz 2017 tarihinde, uluslararası düzeyde sunulacak sağlık hizmetlerinin standartlarını belirlemek, sağlık kuruluşları ve aracı kurumları yetkilendirmek ve bu faaliyetleri denetlemek amacıyla Uluslararası Sağlık Turizmi ve Turist Sağlığı Yönetmeliği (2017) yürürlüğe girmiştir.

Türkiye’de medikal turizme ilişkin bu denli devlet ve hükümet desteğinin yanı sıra avantaj yaratan ayrıca birçok faktör bulunmaktadır. Global pazarda Türkiye’nin cazibe merkezi haline gelmesine katkı sunan avantajlar şu şekildedir (Uluslararası Sağlık Turizmi Tesisleri ve Aracı Kuruluşlar Derneği, 2024):

- Düşük maliyet: Sağlık turistleri kendi ülkelerinde ihtiyaç duydukları sağlık hizmetlerine ülkemizde daha az maliyetle erişim sağlayabilmektedir.
- Sigorta kapsamı: Birçok ülkede dış sağlığı hizmetleri ile kozmetik hizmetlerinin sigorta kapsamında olmaması kişileri ülkemize yöneltebilmektedir.
- Teknoloji: Ülkemizdeki hastaneler tıp teknolojilerindeki gelişimi takip ederek bu alandaki altyapı ve donanımlarda yüksek kaliteyi sağlamaktadır.
- Bekleme süresi: Çoğu ülkelerde hastalar uzun bekleme sürelerine katlanmayı bırakıp, ülkemizi daha kısa sürede hizmet almak adına tercih etmektedir.
- Döviz kurları: Döviz kuru farkları bakımından sağlık turistleri ülkemizde aldıkları sağlık hizmeti giderlerini daha kolay bir şekilde karşılayabilmektedir.
- Akredite kuruluşlar: Ülkemizde kalite güvencesi ve küresel itibar açısından sağlık kuruluşlarının akredite olması ve akreditasyon sürecine önem vermesi sağlık turistlerine güven duygusunu vermektedir.
- Ulaşım: Türkiye’nin hem coğrafi olarak merkezi bir konumda olması hem de uçuş seferlerinin işler olması sağlık turistleri açısından ulaşımı daha kolay hale getirmektedir.
- Sağlık hizmetlerinde kalite: Sağlıkta Dönüşüm Programı’ndan itibaren ülkemizde sağlık hizmetlerinde kalite kavramına üst düzeyde önem verilmekte ve sürekli kalite iyileştirme üzerinde çabalar görülmektedir.
- Konaklama ve turizm ile entegrasyon: Ülkemizde sağlık turizmi veren tesislerin konaklama hizmetlerini de içermesiyle birlikte sağlık turistlerinin diğer turizm faaliyetlerine katılımını sağlayıcı turların da geliştirilmesi hizmet alım sürecini daha kolay ve keyifli hale getirmektedir.
- Diaspora: Farklı ülkelerdeki Türk vatandaşların başka ülkede sağlık hizmeti almak yerine Türkiye’yi tercih etme olasılığı daha yüksek olmaktadır.

- Turistik özellikler: Türkiye'nin farklı medeniyetlere ev sahipliği yapmış olması bakımından dünyadaki birçok ulusun kültürel değerlerini barındırması, doğal güzellikleri ve kendine has kültürel özellikleri ile sağlık turistlerini çekmede güçlü olmaktadır.

Ülkemizin doğal kaynakları, bölgesel kalkınma çabaları, doğa güzellikleri sağlık turizmi çeşitliliğine katkıda bulunmakta ve belirli bölgeleri farklı hizmet türlerinde ön plana çıkarmaktadır. İstanbul, Ankara, İzmir gibi şehirler medikal turizmde ön planda yer alırken, Afyon, Bursa, Nevşehir, Yalova termal turizmde, İzmir SPA/wellness turizmde, Antalya ise ileri yaş turizmde hizmet sunan şehirler olarak karşımıza çıkmaktadır (Tontuş, 2015b).

TÜİK verilerine göre 2012 itibariyle ülkemize sağlık ve tıbbi nedenler ile gelen turist sayısı ve yaptıkları harcamalar Tablo 1'de görüldüğü üzere gerçekleşmiştir. 2012-2017 yılları arasında gelen sağlık turisti sayılarına bakıldığında, önemli bir sıçrayış olmadığı ve ortalamanın 393 bin civarında olduğu görülmektedir. 2018 yılında ise geride kalan yıllar içinde bir önceki yıla göre en fazla artış görülmüş ve bu yıldan sonra 2020 yılındaki Covid-19 dönemine kadar yükseliş devam etmiştir. Pandemi sonrası hızlı bir toparlanma ile son iki yılda sağlık turisti sayısı bir milyonu geçer hale gelmiştir (TÜİK, 2024).

**Tablo 1.** TÜİK Sağlık Turizmi Göstergeleri

	Sağlık ve Tıbbi Nedenlerle Gelen Ziyaretçiler	Sağlık Turizmi Gelirleri (Bin \$)
2012	265.048	779.193
2013	346.183	1.028.288
2014	508.623	963.432
2015	428.894	745.916
2016	418.944	811.720
2017	491.055	910.087
2018	656.320	1.007.238
2019	756.926	1.459.131
2020	435.691	1.371.188
2021	729.592	2.016.262
2022	1.381.807	2.206.749
2023	1.538.643	3.006.092
2024 (1. Çeyrek)	428.072	849.662

Kaynak: TÜİK, 2024

Ülkemizde 13 Kasım 2024 tarihi itibariyle sağlık turizmde yetkilendirilmiş 648 hastane, 197 özel tıp merkezi, 2754 muayenehane, 1415 diğer sağlık merkezleri bulunmaktadır. Hizmet sağlayıcı kuruluşların yanı sıra 1245 aracı kuruluş bulunmaktadır (Sağlık Turizmi Daire Başkanlığı, 2024). Sağlık turistlerinin ülkemizde almayı talep ettiği sağlık hizmetleri ise kadın hastalıkları, iç hastalıkları, göz hastalıkları, tıbbi biyokimya, genel cerrahi, diş hekimliği, ortopedi ve travmatoloji, enfeksiyon hastalıkları ve kulak-burun-boğaz şeklinde olmaktadır (USHAŞ, 2024).

Türkiye'deki medikal turizmi hareketliliğine bakıldığında 2023 yılında 1.5 milyon sağlık turisti ziyaretçi olarak seyahat gerçekleştirmiştir. Sağlık hizmeti almak için Türkiye'yi tercih eden ülkelere bakıldığında Almanya, Rusya, İngiltere, ABD, Libya, Hollanda, Fransa, Bulgaristan, Yunanistan, Suriye, Azerbaycan, Orta Asta ve Orta Doğu ülkelerinden oluşmaktadır. Bu ülkelerin Türkiye'yi tercih etmesine neden olan birtakım faktörler bulunmaktadır. Bunlar; fiyat farklılığı, uzun bekleme süreleri, tıbbi teknoloji yetersizliği, uzman sağlık personel eksikliği, akrabalık ilişkileri, diaspora, sigorta kapsamının

sınırlayıcı olması, özellikli tedavi seçeneklerinin olmayışı, sosyo-kültürel benzerlik ve geleneksel turizm olanakları şeklindedir (Hatipağaoğlu vd., 2023).

Uluslararası akreditasyon faaliyetlerinde ön plana çıkan ve en fazla kabul görülen kuruluş Joint Commission International (JCI) olarak karşımıza çıkmaktadır. Buna göre sağlık turistlerinin de yabancı bir ülkeden sağlık hizmeti alım öncesi karar aşamasında JCI tarafından akredite edilmiş olmak olumlu yönde büyük bir etkiye sahip olacaktır. Türkiye’de JCI tarafından akredite olan sağlık kuruluşlarına bakıldığında 41 sağlık kuruluşunun akreditasyonu bulunmakta olup çoğu kuruluş İstanbul ilinde bulunmaktadır (Joint Commission International, 2024).

## 1. 2. Kayseri’de Medikal Turizm

Kayseri, Türkiye’nin İç Anadolu Bölgesi’nde yer alan, 1.445.683 nüfuslu, 16 ilçeden oluşan şehridir. Kayseri ilinin sağlık verilerine göre 4938 hekim, 909 diş hekimi, 5629 hemşire ve ebe, 11.487 diğer sağlık personeli görev almaktadır. Tüm yataklı sağlık kuruluşları bünyesinde toplam 4910 hasta yatağı bulunmaktadır. Tablo 2’de de görüldüğü üzere Kayseri’de 1 adet şehir hastanesi, 3 adet üniversiteye bağlı sağlık kuruluşu, 13 adet özel sağlık kuruluşu ve kamuya bağlı devlet hastaneleri bulunmaktadır (Kayseri Valiliği, 2024).

**Tablo 2.** Kayseri’deki Sağlık Kuruluşu Sayıları

İl Sağlık Müdürlüğüne Bağlı Hastaneler	Özel Hastaneler	Üniversitelere Bağlı Sağlık Kuruluşları
Kayseri Şehir Hastanesi	Özel Tekden Hastanesi	Erciyes Üniversitesi Sağlık Uygulama ve Araştırma Merkezi
Kayseri Devlet Hastanesi	Özel Magnet Hastanesi	Erciyes Üniversitesi Diş Hekimliği Fakültesi
Nimet Bayraktar Ağız ve Diş Sağlığı Hastanesi	Özel Dünyam Hastanesi	Nuh Naci Yazgan Üniversitesi Ağız ve Diş Sağlığı Eğitim Uygulama ve Araştırma Merkezi
İncesu İlçe Devlet Hastanesi	Özel Memorial Kayseri Hastanesi	
Yahyalı Devlet Hastanesi	Özel Melikgazi Hastanesi	
Develi Dr. Ekrem Karakaya Devlet Hastanesi	Özel Erciyes Hastanesi	
Bünyan Devlet Hastanesi	Özel Hüma Kadın Hastalıkları ve Doğum Hastanesi	
Pınarbaşı Devlet Hastanesi	Özel Medical Palace Hastanesi	
Tomarza Yaşar Karayel İlçe Devlet Hastanesi	Özel Türkiye Tekstil Sanayi İşverenleri Sendikası Kızılay Hastanesi	
Yeşilhisar İlçe Devlet Hastanesi	Özel İbni-Sina Hastanesi	
Sarız İlçe Devlet Hastanesi	Özel Acıbadem Kayseri Hastanesi	
Felahiye İlçe Devlet Hastanesi	Özel Maya Kayseri Göz Hastanesi	
Özvatan İlçe Devlet Hastanesi	Uzman Dent Diş Hastanesi	
Sarıoğlan İlçe Devlet Hastanesi		
Akkışla İlçe Devlet Hastanesi		

**Kaynak:** Kayseri İl Sağlık Müdürlüğü, 2018; Kayseri Valiliği, 2024



Kayseri ilinde 14 Kasım 2024 tarihi itibarıyla sağlık turizminde yetkilendirilmiş 14 hastane, 1 özel tıp merkezi, 14 muayenehane, 14 diğer sağlık merkezleri bulunmaktadır. Hizmet sağlayıcı kuruluşların yanı sıra yetkilendirilmiş 2 aracı kuruluş bulunmaktadır (Sağlık Turizmi Daire Başkanlığı, 2024).

Termal turizm kapsamında ise Bayramhacı, Tekgöz, Çiftgöz ve Hacı Veli kaplıcalarının varlığı katkı sunmakla birlikte Hacı Veli ve Bayramhacı kaplıcalarında konaklama tesisleri de bulunmaktadır (Kayseri İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2024).

Kayseri ilinde sağlık turizmi çalışmalarına bakıldığında 10. Kalkınma Planı ile birlikte Kayseri Kamu Hastaneleri Birliği ve Kayseri Eğitim ve Araştırma Hastanesi bünyesinde "Sağlık Turizmi Personelinin İngilizce Eğitimi" isimli bir proje yürütülmeye başlanmıştır (Kamu Hastaneleri Genel Müdürlüğü, 2019). Bir başka uygulamaya bakıldığında Kayseri Büyükşehir Belediyesi, Kayseri İl Sağlık Müdürlüğü, Kayseri Ticaret Odası, Erciyes Üniversitesi, Anadolu Sağlık Turizmcileri Derneği ile şehirdeki özel hastaneler tarafından Kayseri'de sağlık turizmini tanıtmak amaçlı bir web sayfası oluşturulmuştur. Web sayfa içeriğinde şehirdeki hastaneler, aracı kuruluşlar, konaklama, yeme/içme yerleri, turistik yerler ve rehberlik edici bilgiler yer almaktadır (Kayseri Health Tourism, 2024). Ayrıca Haziran 2019 tarihinde Kayseri Büyükşehir Belediyesi, Kayseri Valiliği, Uluslararası Sağlık Hizmetleri Anonim Şirketi (USHAŞ), Anadolu Sağlık Turizmi Derneği (ASTUDER), Kayseri Ticaret Odası, Erciyes Üniversitesi iş birliğiyle bir sağlık turizmi çalıştay da gerçekleştirilmiştir (Sağlık Bakanlığı, 2024).

Turizm açısından ele alındığında şehre 2023 yılında 790.104 turist ziyaret amaçlı giriş yapmıştır. Konaklama tesisi sayılarına baktığımızda (Kayseri Valiliği, 2024):

- Turizm belgeli tesis sayısı 39,
- Basit konaklama işletme belgeli tesis sayısı 72,
- Erciyes'te bulunan kamu tesisleri 4,
- Turizm yatırım belgeli tesis sayısı 11 olmakla birlikte toplam oda sayısı 5473'tür.

2023 yılında, Kayseri iline 123.728 ziyaretçi havayolu ile giriş yapmıştır. Kayseri, Orta Anadolu bölgesindeki sekiz şehir arasında en fazla ziyaretçi alan şehir olup, Türkiye genelinde sekizinci sıradadır. Bu ziyaretçilerin 119.370'i Avrupa'dan gelmiştir. En fazla ziyaretçi gönderen ülkeler sırasıyla Almanya (50.470), Hollanda (39.369) ve Belçika (13.063) olmuştur (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2023). Bu ülkelerden gelen ziyaretlerin artışında önemli bir faktör, doğrudan uçuşların varlığıdır. Almanya'dan kış döneminde üç, yaz döneminde ise dokuz şehirden; Hollanda'dan kış döneminde bir, yaz döneminde üç şehirden doğrudan uçuşlar yapılırken, Belçika'dan hem kış hem de yaz döneminde bir şehirden doğrudan uçuşlar düzenlenmektedir (Bayram & Akkühah, 2020).

Kayseri'nin turizm potansiyelinde pozitif etkisi olan en önemli unsurlardan biri de Kapadokya bölgesinde yer almasıdır. Sanılanın aksine Kapadokya bölgesi sadece Nevşehir değil, Aksaray, Niğde, Kırşehir ve Kayseri şehirlerini de kapsamaktadır. 2023 yılının ilk ayında bölgeye 4 milyon 256 bin 129 turist giriş yaparak rekor sayıya ulaşmıştır. Buna göre de Kapadokya bölgesinin tanınırlığı ve konum olarak turistlerin en çok ziyaret ettiği Ürgüp, Avanos, Göreme, Derinkuyu, Uçhisar, Kaymaklı ve Ihlara'nın Kayseri şehir merkezi ve havalimanına olan yakınlığı önemli potansiyel oluşturmaktadır. Bakıldığında Nevşehir havalimanına gelen turist sayısı 7274 iken Kayseri havalimanına gelen turist sayısı

bunun 17 katıdır. Bu da Kapadokya bölgesine gelen turistlerin önemli bir kısmının bir önceki duraklarının Kayseri olduğunu göstermektedir (NTV, 2023; Özer, 2021; Türkben vd., 2012). Kayseri’de medikal turizme destek sağlayacak olan bir diğer potansiyel ise Erciyes Dağı’nın varlığı ile ortaya çıkan kış turizmidir. 2023 yılında Kayseri’ye gelen turist sayısı 120 bin iken 2024 yılında kendi rekorunu kırarak 123 bine ulaşmıştır (Kayseri Büyükşehir Belediyesi, 2024).

Kayseri’nin medikal turizmdeki bir diğer potansiyel Türk diasporasıdır. Dışişleri Bakanlığı verilerine göre yurt dışında yaşayan 6.5 milyon Türk vatandaşı bulunmaktadır. Özellikle Avrupa’da İç Anadolu bölgesinden daha fazla gurbetçi olduğu göz önüne alındığında bu kişilerin memleket özlemi, daha kısa bekleme süreleri, daha kalite sağlık hizmeti alma isteği ve daha az maliyet nedeniyle Türkiye’yi tercih etmeleri önemli bir medikal turizm potansiyelini oluşturmaktadır. Bunun yanı sıra gurbetçilerin yaşadıkları ülkedeki insanlara da Kayseri ilinin medikal hizmetlerini tavsiye etmesi diğer bir ifade ile viral pazarlama yolu ile, potansiyeli daha üst seviyelere çıkaracaktır (Bayram & Akkühah, 2020; Dışişleri Bakanlığı, 2022; Karagöz vd., 2022).

## B. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Çalışmanın temel problemi, Kayseri ilinin medikal turizmde marka kent olma sürecindeki karşı karşıya olduğu zorlukların nasıl aşılabileceğini, uzman görüşleri ve yapay zekâ destekli analizler aracılığıyla değerlendirilerek Kayseri'nin medikal turizmde marka kent olma hedeflerine katkı sunmaktır. Bu çalışmanın temel amacı Kayseri ilinin medikal turizmdeki potansiyelinin uzman görüşler ve yapay zeka uygulamalarından biri olan ChatGPT-4o perspektifinden elde edilen veriler doğrultusunda SWOT analizi yönetimiyle değerlendirilmesidir. SWOT analizi stratejik yönetim felsefesinin içerisinde yer alan, geleceğe yönelik planlama yapma aşamasında kullanılan bir yöntemdir. Bu yöntemin önemi sadece iç çevreye odaklanmak yerine dış çevreyi de göz önünde bulundurmadır. Türkçe karşılığı GZFT olan SWOT analizi, Güçlü yönler, Zayıf yönler, Fırsatlar ve Tehditler kelimelerinin baş harflerinden oluşmaktadır. Burada güçlü ve zayıf yönler iç çevrenin potansiyelini ortaya koymaya yardımcı olurken, fırsatlar ve tehditler ise dış çevrede yer alan ve iç çevreyi etkileme potansiyeli olan fırsat ve tehditleri ifade etmektedir (Leigh, 2009). Bu çalışma ile Kapadokya gibi turistik bir bölgede yer alan Kayseri ilinin medikal turizmde marka kent olma yolunda güçlü ve zayıf yönleri ile çevresel tehdit ve fırsatları nelerdir sorularının cevabı araştırılmıştır.

Araştırma, ilk boyutunda nitel bir araştırma olarak gerçekleştirilmiştir. Nitel araştırma: “gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama yöntemlerinin kullanıldığı, algıların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya koyulmasına yönelik bir sürecin izlendiği araştırma türü”dür (Yeşil, 2020). Bu çalışmada veriler yüz yüze görüşme yöntemiyle toplanmıştır. Görüşme yöntemi, önceden belirlenen amaca göre bir konuyu araştırmak için karşılıklı konuşma yoluyla sözel şekilde bilgi toplama tekniğini ifade etmektedir. Görüşmeler uygulanış biçimine göre yapılandırılmış, yapılandırılmamış ve yarı yapılandırılmış olmak üzere üçe ayrılmaktadır. Bu araştırma kapsamında veriler yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi ile toplanmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi ne yapılandırılmış görüşme yöntemi kadar katı, ne de yapılandırılmamış görüşme yöntemi kadar esnek. İki yöntem arasında, daha önceden hazırlanan sorular çerçevesinde yürütülen görüşme yöntemidir (Şahin, 2020).

Araştırmanın ikinci boyutunda ise uzman kişilerden alınan cevaplar ile hazırlanan SWOT analizini karşılaştırmak için yapay zeka platformu olan ChatGPT-4o üzerinden aynı sorular sorularak elde edilen cevaplar veri olarak toplanmıştır. Yine yapay zeka uygulaması üzerinden toplanan veriler ile SWOT analizi yapılmış ve uzman cevapları ile karşılaştırma yapılmıştır. Literatürde Salekpay vd. (2024) tarafından da ChatGPT yapay zeka uygulamasının görüşleri ile uzman görüşlerinin karşılaştırıldığı bir çalışma da mevcuttur. Çalışma sonucunda da ChatGPT tarafından verilen yanıtlar ile farklı disiplinlerden gelen uzmanların verdiği yanıtların yüksek düzeyde tutarlı olduğu sonucuna da varılmıştır. Buna benzer şekilde beslenme ve uyku sağlığı gibi alanlarda da ChatGPT ve uzman görüşlerinin karşılaştırılmaları yapılmış, hatta ChatGPT tarafından verilen bazı cevapların daha tutarlı ve tercih edilebilir olduğu görülmüştür (Kim vd., 2024; Kirk vd., 2023).

Literatüre bakıldığında şehirlerin sağlık turizmine ilişkin SWOT analizini ortaya koymak için yapılan çalışmalarda çoğunlukla ikincil verilerden yararlanıldığı görülmektedir. Bu ikincil veriler ise genelde turizm olanakları ve sağlık altyapısı ile ilgili olmaktadır (Daştan, 2014; Şengül ve Bulut, 2019; Yorulmaz ve Söyler, 2020). Bu çalışmada da veriler hem sağlık ve turizm potansiyelini belirlemek üzere hem de SWOT analizine yönelik sorular ile birincil kaynak olarak uzman görüşleri ve ChatGPT-4o yapay zeka uygulaması ile elde edilmiştir.

Gerçekleştirilen görüşmelerde ve ChatGPT-4o uygulamasında sorulan sorular, araştırmacıların kendileri tarafından ilgili literatür incelenerek Gürcan vd. (2023) ile Tuna ve Tuna (2024) tarafından geliştirilen sorulardan uyarlanarak hazırlanmıştır. Sorular medikal turizm ve aynı zamanda SWOT analiziyle potansiyel belirleyici nitelikteki 8 sorudan oluşmaktadır. Sorular araştırmacıların haricinde sağlık turizmi alanında uzman 4 akademisyenin görüşleri alınarak gözden geçirilmiştir. Araştırmanın soruları aşağıda yer almaktadır. Sorular:

1. Kayseri ilinin sağlık alt yapısının medikal turizm açısından yeterli olduğunu düşünüyor musunuz?
2. Kayseri ilinin turizm potansiyelinin medikal turizm açısından yeterli olduğunu düşünüyor musunuz?
3. Kayseri ilinin medikal turizm kapsamında güçlü yönleri nelerdir?
4. Kayseri ilinin medikal turizm kapsamında zayıf yönleri nelerdir?
5. Kayseri ilinin medikal turizm kapsamında fırsatları nelerdir?
6. Kayseri ilinin medikal turizm kapsamında tehditleri nelerdir?
7. Kayseri ilinin medikal turizm potansiyeli hakkında düşünceniz nedir?
8. Kayseri ilinin medikal turizmi çeşitlendirmek ve geliştirmek için neler yapılmalıdır?

Araştırmaya başlamadan önce Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Bilimsel Araştırma Önerisi Etik Değerlendirme Kurulu'nun 11.06.2024 tarih ve E-99711239-050.01.04/ numaralı kararı ile etik kurul izni alınmıştır. Araştırma kapsamında kamu, özel ve dernek kapsamında Kayseri ilinin sağlık turizmi konusunda bilgisi olan uzman kişilerden randevu alınmış ve sonrasında görüşmeler yapılmıştır. Katılımcılar seçilirken çalıştıkları kurum/kuruluşun sağlık turizmi yetki belgesine sahip olması, çalıştıkları kurum/kuruluşta sağlık turizmi faaliyetlerinde yer almaları, sağlık turizmi konusunda deneyimli, bilgi sahibi olmaları ve çalışmaya katılımda gönüllü olmaları gibi faktörlere dikkat edilip,

süreç buna göre yürütülmüştür. Katılımcılar ile yapılan görüşmeler, 15-30 dakika arasında sürmüş olup etik kurul izni kapsamında katılımcıların rızasıyla ses kaydına alınmıştır. Elde edilen veriler deşifre edilerek rapor haline getirilmiştir. Nitel çalışmaların doğası gereği daha küçük örneklemeler üzerinde çalışılmasından dolayı (Gürbüz ve Şahin, 2018) örneklem sayısı 10 kişi olarak belirlenmiştir. Tuna ve Tuna (2024) tarafından yapılan benzer bir çalışmada da bu çalışma gibi 10 kişi ile görüşmeler yapılmıştır. Sağlık turizmi alanında Kozak ve Şahin (2022) tarafından yapılan bir başka çalışmada da 10 katılımcı yeterli bulunmuştur. Bu bağlamda literatürdeki çalışmalara bakıldığında 10 katılımcının yeterli olduğu görülmektedir. Çalışmada yer alan katılımcılar; K1 (Katılımcı 1), K2 (Katılımcı 2), K3 (Katılımcı 3), ..., K10 (Katılımcı 10) şeklinde kodlanmıştır.

Katılımcılar ile yapılan görüşmeler sonrasında yapay zeka platformu olan ChatGPT-4o uygulamasına da aynı sorular sorulmuş olup uygulamanın her bir soruyu iki kez yanıtlaması istenmiştir. Yanıtlar araştırmacılar tarafından değerlendirilmiş ve yanıtlar arasında tutarlık bulunduğu durumda nihai yanıt olarak kayıt altına alınmıştır.

Çalışmanın kısıtı olarak K6 ile yüz yüze görüşme yapılmış ancak veriler katılımcının isteği üzerine Word belgesi şeklinde Whatsapp üzerinden temin edilmiştir. Bir diğer kısıt ise ChatGPT-4o uygulamasına sorulan sorulara verilen yanıtların genellenebilirliği üzerinedir.

### C. BULGULAR

Çalışmanın bulguları kapsamında sorulan sorular iki kategoriye ayrılmış olup 3.- 4.- 5.- 6. sorulara verilen cevaplar ile SWOT analizleri hazırlanmıştır. 1.- 2.- 7.- 8. sorulara verilen cevaplar katılımcı/yapay zeka platformu beyanı şeklinde aktarılmıştır.

Çalışmada yer alan katılımcılar ve bağlı oldukları kurum/kuruluş bilgileri Tablo 3'te verilmiştir.

**Tablo 3.** Katılımcılara İlişkin Bilgiler

Katılımcı Bilgisi	Bağlı Olduğu Kurum/Kuruluş	Cinsiyet
K1	Kayseri Şehir Hastanesi	Erkek
K2	Erciyes Üniversitesi Turizm Fakültesi	Erkek
K3	Aracı Kuruluş	Erkek
K4	Özel Hastane	Kadın
K5	Aracı Kuruluş	Erkek
K6	Özel Hastane	Kadın
K7	Özel Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi	Kadın
K8	Anadolu Sağlık Turizm Derneği	Erkek
K9	Özel Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi	Erkek
K10	Aracı Kuruluş	Erkek

\* Katılımcı 2 ve Katılımcı 8 haricinde diğer katılımcıların bağlı oldukları kurum/kuruluşların sağlık turizmi yetki belgesi bulunmaktadır.

Çalışmadaki **ilk soru** olan “Kayseri ilinin sağlık alt yapısının medikal turizm açısından yeterli olduğunu düşünüyor musunuz?” soruna verilen cevaplara baktığımızda K1: “Cevabımız evet. Çünkü Kayseri şehrinde 2 tane üçüncü basamak, 1 tane ikinci basamak hastanemiz var. 13 kadar da özel hastane var. Bunların da birçoğu üçüncü basamak seviyesinde çalışıyor. Bunun dışında dış hekimliği konusunda alt yapımız, fakülte ve öğretim üyesi açısından yeterli. Bu yüzden Kayseri şehrinin sağlık alt yapısının medikal turizm ve ihtiyaçları açısından yeterli olduğunu düşünüyorum” şeklinde görüşünü ifade etmiştir. K2'nin görüşü de

“Kayseri’de şehir hastanesi bulunuyor ve bu bölgesel düzeyde bir şehir hastanesi. Birçok şehirden de buraya gelen insanlar var. Ayrıca küresel boyutta da hizmet edebilecek nitelikte bir yapıya sahip. Bununla birlikte Erciyes Üniversitesi Tıp Fakültesi Hastanesi aynı şekilde birçok branşıyla yine medikal turizm açısından sağlık alt yapısının önemli bir boyutunu oluşturuyor. Erciyes Üniversitesi’ne yakın zamanda robotik cerrahi alındı mesela. Bu özellikle de medikal turizm açısından sadece bir cihazın ne kadar etkisinin olabileceğini gösterecek örneklerden birisidir” şeklinde olmuştur. **K3** “Kayseri ilinin sağlık alt yapısının, medikal turizm açısından yeterli olduğunu düşünüyorum. Kayseri’de hem kamu hastaneleri hem de özel hastanelerin bu hususta yeterli altyapıya sahip olduğu kanaatindeyim ve bunu gerçekleştirecek 3 veya 4 tane sağlık turizmi acentesi de var” şeklinde görüşünü belirtmiştir. **K4** “Sağlık alt yapımızın medikal turizm açısından kesinlikle yeterli olduğunu düşünüyorum. Buradaki bütün özel hastaneler için söylüyorum; uzmanlar, donanım, son teknoloji cihazların kullanılması medikal turizmde kullanabileceğimiz kapasitede. Ayrıca şehir hastanesi ve fakülte de öyle. O yüzden yeterli buluyorum” şeklinde görüşünü ifade etmiştir. **K5** ise “Medikal turizm açısından yetersiz diyemem ama çok da güçlü olduğunu düşünmüyorum. Fakat iyi bir başlangıç yapmak, güçlenmek ve bir ivme kazanmak için yeterli bir potansiyel olduğunu düşünüyorum” şeklinde görüşünü ifade etmiştir. **K6** “Kayseri’nin sağlık alt yapısının yeterli olduğunu düşünüyorum. Medikal turizmde hastaların ihtiyaç duydukları ve yurt dışında tedaviye yönelebilecekleri tüm uzmanlık alanları ve tıbbi donanım sağlık kuruluşlarında mevcut” şeklinde görüşünü ifade etmiştir. **K7**, bu soru hakkındaki cevabını sağlık hizmetlerinde kalite kapsamında şu şekilde vermiştir: “Kayseri’nin sağlıkta kalite standartlarından aldığı puanlara bakacak olursa tüm hastaneler 95 ve üzeri. O yüzden demek oluyor ki zaten medikal turizm açısından olsun, hastalara verilen hizmet konusunda olsun medikal turizmde kalite standartlarını tamamen karşılamış durumdadır”. **K8** “Kayseri ilinin sağlık altyapısı medikal turizm açısından oldukça yeterlidir aslında. Yani bunu belki 3 yıl 5 yıl önce veya daha önceki yıllarda söylemek pek mümkün değildi. Ancak şu anda özel hastaneler, özel klinikler, devlet hastaneleri ve özellikle de şehir hastanesi bazında düşündüğümüzde Kayseri’nin sağlık alt yapısı buna gerçekten hizmet verebilir, kaldırabilir durumda” şeklinde görüşünü ifade etmiştir. **K9** “Düşünüyorum. Çünkü Kayseri zaten İç Anadolu’nun da merkezi olması itibarıyla sağlık altyapısı çok gelişmiş bir şehir. Erciyes Üniversitesi’nin de bunda çok katkısı olması ile beraber özel sağlık kuruluşları da çok kapsamlı ve donanımlı” şeklinde görüşünü belirtmiştir. Son olarak **K10** “Yani sağlık alt yapısı bakımında hastanelerin yapısı, doktor sayısının yeterliliği ve tecrübesinin bulunması bakımından son derece yeterli. Burada bir sıkıntı yok. Türkiye’nin önde gelen hastaneleri de burada. İşte çocuk onkolojisi bölümü mesela, Türkiye’nin sayılı birimlerinden bir tanesi, o da burada. Yeterli kapasiteleri var. Doktorlar da gayet tecrübeli. Bir sıkıntısı yok. Altyapı hazır durumda” şeklinde ifade etmiştir.

Çalışmada **ikinci soru** olan “Kayseri ilinin turizm potansiyelinin medikal turizm açısından yeterli olduğunu düşünüyor musunuz?” sorusuna verilen cevaplara baktığımızda **K1** “Bu kesinlikle evet. Öncelikle net bir şekilde yakınımızdaki Neoşehir, Ürgüp ve Göreme bölgesinin potansiyeli ve turistlerin çoğunun Kayseri üzerinden Neoşehir’e geçmesi, bunun dışında Erciyes kış turizmi potansiyeli gayet yeterli. Bu yüzden Kayseri ilinin var olan turizm potansiyelini medikal turizme çevirebiliriz” şeklinde görüşünü ifade etmiştir. **K2** “Kayseri hem ülkemiz açısından baktığımız zaman konumu gereği Orta Anadolu’da diyebileceğimiz bir konumda. Nitelikli kapasitesi büyük bir yeni hava limanı açılmış durumda. Ulaşım bakımından hem kara yolu hem hava yolu bakımından birçok fırsata sahip o yönüyle. Burada küresel boyutta veya ulusal boyutta zincir otellerin birçok örneği mevcut. Erciyes’te de yine aynı şekilde var. Geliştirilmesi gerekiyor mu? Tabii ki gerekiyor. Bir diğer husus da tarihi, kültürel ve coğrafi değerlerimiz. Ülkemize baktığımız zaman yıllar boyunca farklı kültürlerle ev sahipliği yapmış

olmasından dolayı çok çeşitli kültürel özelliklere sahip. Tarihi yapılara sahip. Anadolu Selçuklusundan tutun Osmanlı dönemine kadar birçok dönemin yapılarını görüyoruz. Bunlar turist çekmiyor mu? Çekiyor. Dolayısıyla sağlık altyapısının yanı sıra turizm potansiyeli de ciddi düzeyde var” şeklinde görüşünü ifade etmiştir. **K3** “Yeni Kayseri valimiz Gökmen Çiçek ile birlikte Kayseri’de turizm alanında güzel bir ivme kazanıldı. Valimizin destekleriyle ve büyükşehir belediyemizin desteğiyle Soğanlı Vadisi turizme kazandırıldı. Soğanlı Vadisi’nde balon turları başladı. Yine hakeza Kayseri, Yahyalı takım şelaleleri açısından güzel bir turizm potansiyeline sahip. Erciyes’imiz hakeza öyle. Bir de Kapadokya’ya yakın olması Kayseri’nin medikal turizm açısından yeterli olduğu kanaatini uyandırıyor bize” şeklinde görüşünü ifade etmiştir. **K4** “Batıdaki ülkeler açısından söyleyelim, onlar mesela kayağı çok seviyorlar. Erciyes’i pazarlayıp sağlık turisti çekilebilir. Arap ülkeleri için de Kapadokya çok meşhur. Kapadokya tur paketleri sağlık paketleri içerisine ektilip yine bu şekilde Arap ülkelerinden hasta çekilebilir” şeklinde görüşünü ifade etmiştir. **K5** “Kayseri’yi Kapadokya diye ele almak gerekirse Kapadokya’nın yeterli bir potansiyel taşıdığını düşünüyorum. Kapadokya’ya yılda ortalama 4.000.000, Erciyes’e yılda ortalama 2.000.000 turist geliyor. Dolayısıyla bu 6.000.000 kişinin bir kısmını -çok az bir kısmını bile- sağlık turizmine dönüştürebilsek ya da en azından satış olmasa bile pazarlama faaliyetleriyle onların tanıdıklarına ulaşabilmek, onların aklında yer edebilmek şimdi olmasa bile birkaç sene sonrasının tohumlarını ekebilmek adına bu gelen insanlar kıymetli. Bu insanların hemen hepsi Kayseri havaalanından geçiyorlar. Yeni bir havalimanımız yapıldı. Turizm potansiyeli anlamında bu da güzel bir katkı açıkçası bölgeye” şeklinde görüşünü ifade etmiştir. **K6** “Turistik bölgelere yakınlığı ve yapılan turizm çalışmaları ile yeterli buluyorum” şeklinde görüşünü belirtmiştir. **K7** “O konuda sıkıntılar yaşanıyor işte. Burada karşımıza sağlık turizmi ve turistlerin sağlığı olmak üzere 2 konu çıkıyor. Turistin sağlığı kapsamında Erciyes’te herhangi bir sağlık sorunu oluşan hasta, hastanelerimize müraعات edip tedavi olarak ayrılıyor. Yoksa bir kişi İstanbul’dan ya da Antalya’dan uzaklaşıp da Kayseri’ye sadece tedavi olayım, aynı zamanda tatilimi de yapayım amaçlı çok nadir geliyor” şeklinde görüşünü ifade etmiştir. **K8** “Kapadokya’yı Kayseri’den, Kayseri’yi Kapadokya’dan ayırt etmek mümkün değil. Aslında Kapadokya diye tabir ettiğimiz bölgenin başlangıcı Soğanlı Vadisi biliyorsunuz. Kısacası Nevşehir ve Kayseri’nin ciddi anlamda turizm konusuna entegre edilmesi lazım. Bu medikal turizme de mutlaka yansiyacaktır. Konaklama olsun, hizmetler olsun şu anda yeterli” şeklinde görüşünü ifade etmiştir. **K9** “Kesinlikle hayır. Ama çevre iller bakımından burası Nevşehir’e çok yakın 40 dakika ila 1 saat aralığında bir yakınlığımız var. Bu anlamda değerlendirilebilir. Onun dışında kış turizminin tek başına sağlık turizminin lokomotifi olacağını düşünmesem de tetikleyici olarak fayda sağlayabilir ve sağlıyor özünde de. Turizm anlamında Kayseri’ye geldiğiniz zaman burada kendinizi çok konforlu hissetmiyorsunuz. Sosyokültürel yapı, vakit geçirebileceğiniz yerler çok keyifli değil” şeklinde görüşünü ifade etmiştir. **K10** “Hayır düşünmüyorum. Kayseri’de şu an turizm yok denecek seviyesinde. İşte bir Erciyes’te son 2 senedir başlatılan bir oluşum var kış turizmi için. Orada bir hareketlenme var ama tabi şu an çok düşük bir seviyede ve sadece orayla da medikal turizmi etkileyecek bir seviyeye ulaşacağını düşünmüyorum. Kaldı ki kış sporları medikal turizm için gelen ve operasyon geçirecek bir şahıs için zaten tehlikeli olur. Kayseri ili özelinde zaten şu an şehir birçok Anadolu şehrinde olduğu gibi yapı olarak turizme hazır değil. İlk önce orada bir halkın bilinçlenmesi, halkın turizme olan bakış açısının değişmesi, jenerasyonun değişmesi gerekiyor açıkçası” şeklinden görüşünü bildirmiştir.

Çalışmada **yedinci soru** olan “Kayseri ilinin medikal turizm potansiyeli hakkında düşünceniz nedir?” sorusuna verilen cevaplara baktığımızda **K1** “Ciddi bir şekilde Kayserinin turizm potansiyeli çok yüksek. Bunu kullanabiliyor muyuz? Hayır. Bunun da en büyük sebebi organizasyon sıkıntımız var. Bunları

aşabilirsek belki İstanbul'u geçmemiz mümkün değil ama Anadolu'da Kayseri'nin medikal turizmde 1 numara olmaması için hiçbir sebep olduğunu düşünmüyorum" şeklinde görüşünü ifade etmiştir. **K2** "Tarihi, kültürel, coğrafi değerlerimiz var ve sağlık altyapısı bakımından da çok çeşitli hastanelerimiz var. Dolayısıyla medikal turizm boyutunda Kayseri gerçekten ciddi bir potansiyele sahip" şeklinde görüşünü ifade etmiştir. **K3** "Kayserinin potansiyeli var ama Kayseri'deki gerek resmi gerek özel kurumlar medikal turist çekmek için veya medikal anlamda turiste ulaşmak için gerekli yatırımı yapmıyorlar. Dolayısıyla bu potansiyelin gerektiği kadar değerlendirilmediği düşüncesindeyim. Yani gerekli potansiyeli yakalayamıyoruz, bir kapasitemiz var ama bu kapasiteyi tam anlamıyla kullanamıyoruz" şeklinde görüşünü ifade etmiştir. **K4** "Geliştirilebilir. Health Türkiye diye bir sistem kuruldu mesela. Bu sistem genel olarak hastaları -bizim düşüncemize göre- sağlık turizminin yoğun olarak yapıldığı yerlere yönlendiriyorlar. Mesela bu konuda daha objektif ya da daha eşit şekilde olunabilir. Bunun bile katkısı olur. Yani potansiyeli daha yüksekken şu an daha az kullanılıyor. Birçok şehir böyledir belki de" şeklinde görüşünü ifade etmiştir. **K5** "Ciddi bir potansiyel olduğunu düşünüyorum. Yani İstanbul ve Antalya ile rekabet edecek düzeyde değil. Yine belki medikal turistlerin yüzde yetmiş sekene oraya gelecek. Fakat Kayseri -Kapadokya- bölgesinde ciddi bir boşluk olduğunu düşünüyorum. Yani var olan potansiyelimiz örneğin yüzde beşe ülke genelinde -farazi konuşuyorum- bu yüzde beşini gerçekleştirmiş değiliz. Belki yüzde birini bile gerçekleştirmedik. Mevcutta belki yüzde biriyle faaliyet gösteriyoruz. Geri kalan yüzde beşin, o yüzde dördünü de ortaya çıkarabilecek bir potansiyel var. Bunu realize etmemiz lazım. Realize etmezsek sektör boşluk kabul etmez. Bu boşluk yine büyük şehirlere kayacaktır diye düşünüyorum" şeklinde görüşünü ifade etmiştir. **K6** "Bu konuda düşüncelerim olumlu. Sağlık hizmetleri için birçok tercih imkanı mevcut, uzman hekim kadrosu açısından deneyimli sağlık çalışanlarına, kuruluşlara sahip" şeklinde düşüncesini belirtmiştir. **K7** "Potansiyeli çok fazla. Potansiyel o kadar yüksek ki özel hastane oranı en fazla olan illerden bir tanesi Kayseri. Ayrıca tüm tedavi yöntemleri de yapılıyor" şeklinde görüşünü ifade etmiştir. **K8** "Bizim bölgemizde özellikle Kapadokya'yı, Erciyes'i ve diğer destinasyonları da işin içerisine katarak oluşturabileceğimiz ciddi bir potansiyel olabilir. En önemli potansiyeli etkileyen unsurlardan bir tanesi hizmet kalitenizde hiçbir problem olmaması ve kullandığımız ürünlerden, vermiş olduğumuz hizmetlere kadar çok uygun fiyatlarda olmasıdır. Burada fiyatlar gerçekten çok uygun. Bu müthiş bir avantaj ve hizmet veren hekimlerin de bu anlamda tecrübeleri çok iyi. Yani tecrübesiz, yeni çıkmış hekimler değil. Dolayısıyla burada aslında ciddi bir potansiyel var fakat bu potansiyeli realize edebilme adına paydaşların kendi arasındaki sinerjisi, koordinasyonu ilgili sıkıntımız var bizim" şeklinde görüşünü ifade etmiştir. **K9** "Sektörel anlamda birleşmeli. Tek bir çatı altına girilmeli. Bunun içerisine devletin bürokrasisi de, siyaseti de, sivil toplum kuruluşları da, bu şehrin önde gelenleri veya yatırım yapabilecek çapta iş alanları da bu işin içerisine girip yatırım yapmalıdır. Yatırım yapıp, bir araya gelinip, doğru bir altyapı kurulamazsa yaşanabilecek aksaklıklarda insanlar gidecektir. Sadece Türkiye'de değil. Yurt dışında da bunun alt yapısının kurulması lazım. Ki bence Kayserili ya da İç Anadolu çok fazla gurbetçi var. Bu onlar üzerinden çok rahatlıkla kurulabilir ama bir birliktelik sağlanması gerektiğine inanıyorum. Doğru markaların, doğru kurumların bu işin içerisinde olması gerektiğini düşünüyorum" şeklinde görüşünü ifade etmiştir. **K10** "Evet, şehir büyük potansiyele sahip ama turizm dediğimizde medikal turizm bile olsa şehrin turizme hazır olması gerekiyor. Kayseri ne altyapı olarak ne sosyolojik olarak şu an turizme hazır bir şehirmiş gibi görünmüyor. Geldiğinde bir turist rahatlıkla dolaşabileceği hani bir tehdit vesaire yok ama kalkıp bir Barcelona gibi dolaşamaz Kayseri'de. Turiste uygun bir şehir değil altyapı olarak. Bunların düzeltilmesi gerekiyor. Türk ülkeleri vatandaşları ve gurbetçiler dışında medikal turistler şu an neredeyse sıfır noktasında. Çok az yani. O anlamda aslında kat edilecek çok yol var, çünkü zaten en dipte" şeklinde görüşünü belirtmiştir.

Çalışmada **sekizinci soru** olan “Kayseri ilinde medikal turizmi çeşitlendirmek ve geliştirmek için neler yapılmalıdır?” sorusuna verilen cevaplara baktığımızda **K1** “Bizim devlet tarafında şu anda USHAŞ diye bir kurumumuz var. Kayseri’de USHAŞ merkezi ve temsilcisi yok. Benim fikrim özel hastanelerin de katılımıyla USHAŞ’ın daha profesyonel ve özel bir şirketmiş gibi işlemesi gerekiyor. Bizim en büyük problemimiz bu. Bu yüzden Anadolu ve Kayseri özelinde diğer özel firmalar ne yapıyorsa bizim de onu yapmamız lazım. USHAŞ yapısının biraz daha kuvvetlendirilmesi lazım” şeklinde görüşünü ifade etmiştir. **K2** “Yani önce en temelde şunun yapılması lazım: pazarlama. Eskiden neydi? Şu kalem üretilir, herkes o kalemi almak zorundadır. Çünkü üretilen bu. Ancak şu anki pazarlama anlayışında böyle değil. Müşteri ne istiyor onu bilmek lazım. Bunun için de hedef kitlemiz olan ülkelere o ülkelerdeki insanlara bakmamız, araştırmamız lazım” şeklinde görüşünü ifade etmiştir. **K3** “Uluslararası fuarlara, yurt dışı reklam çalışmalarına vesaire gidilebilir. Buralara katılımların çok sığ seviyede kaldığını görüyoruz. Dolayısıyla medikal turizmi geliştirmek anlamında uluslararası arenada kendimizi gösterebiliriz” şeklinde düşüncesini belirtmiştir. **K4** “Tanıtımların olması gerekir. Health Türkiye’nin eşit ve adil şekilde hasta dağıtımını yapması gerekir. Tanıtımlarda il sağlık müdürlüğünün de katkısının olması gerekiyor. Teşvik konusunda gerçekten teşviklerin verilmesi gerekiyor. Yılda bir tane fuara gitmek yerine neden beş tane fuara gitmeyelim ki. %70 teşvik var deniyor, bekliyorsun, bekliyorsun teşvikten bir şey yok. Bu sefer bütçen iyice düşüyor. Teşviklerin önceden verilmesi gerekiyor. Bir de operasyonlara ilişkin fiyat farklı olmasın. Tek bir operasyonun tek bir fiyatı olsun ki eşitlik bir şekilde sağlansın” şeklinde görüşünü belirtmiştir. **K5** “Tecrübe paylaşımları önemli. Yani bir kuruluş -hastane örneğin- sosyal medya, reklamlar, dijital pazarlama konusunda çok şey öğrenmiştir, oraya para yatırmıştır, yanılmıştır. Başka bir kurum ise Afrika’da bireysel ziyaretlerle gidip çok şey öğrenmiştir. Diğerleri Avrupa’da fuarlar vesilesiyle birçok şey öğrenmiştir. Bu tecrübeleri paylaşarak bir ekosistem oluşturup sektörün güçlendirilmesi bence herkese fayda sağlar. Bunun yanında belki yeni uçuşlar eklenebilir. Bir sağlık turizmi kampüsü gibi bir proje faydalı olabilir çeşitlendirme adına. Personelin güçlendirilmesi adına özellikle sağlık turizminde satışa yönelik eğitimlerin yapılması sektörü iyileştirebilir” şeklinde görüşünü ifade etmiştir. **K6** “Kayseri yurt dışı pazarda daha çok tanıtılabilir. Bunun için daha çok sağlık kuruluşunun medikal turizme önem vermesi, reklam çalışmaları yapması, yurt dışı organizasyonlarda, fuarlarda yer alması faydalı olacaktır” şeklinde görüşünü bildirmiştir. **K7** “Mesela bir hastane var. Yurt dışının belirli yerlerine sağlık kabini gibi bir şey oluşturdu. Hastanın ilk muayenesi orada yapılıyor. Sonra hangi şehre isterse de oraya yönlendiriyor hastasını” şeklinde bir örnek ile görüşünü belirtmiştir. **K8** “Yurt dışında iş birliklerine açık olmamız gerekiyor. Sigorta şirketleriyle iş birlikleri olabilir. Turizm acenteleri olabilir. Yani sizinle ilintili her alanda hizmet verenlerle bir şekilde iş birliğiniz olabilir. Ayrıca ciddi anlamda herkese eğitim verilmesi gerekiyor. Yabancı dil ve sağlık turizmi konusunda. Çünkü sağlık turizmi tamamen farklı bir şey. Hastaya nasıl davranılacak, nasıl iletişim kurulacak. Artı kalite. Yani bizim kendi kalite standartlarımız var ama uluslararası kalite güvence sistemleri de var biliyorsunuz sağlıkla alakalı. Onların da mutlaka bir şekilde realize edilmesi yani bizde uygulanması gerekiyor” şeklinde görüşünü ifade etmiştir. **K9** “Medikal turizm paydaşlarının güç birliği yapması lazım ve Kayseri adına kalkındırması lazım. Kendi arasında herhangi bir şekilde rekabet etmemesi lazım. Söz konusu medikal turizm ise” şeklinde görüşünü belirtmiştir. **K10** “Doktorlarımızın İngilizce’yi hakim düzeyde konuşması gerekiyor. Doktorların ve medikal personelin en azından bu turizme hizmet edecek kısmının bu anlamda donanımlı olması gerekiyor. En azından bir İngilizce’yi bilmesi gerekiyor. Bir de maalesef hala biz Anadolu’da şeyi çok görüyoruz. Gelen turiste tamam çok sıcak kanlıyız, çok misafirperveriz ama bir taraftan da esnafımız gelen turistten sonuna kadar faydalanmayı düşünüyor. Bu da tabii zaman içinde ters etki yaratıyor. Kötü örnekler oluşturuyor. Mantalite



olarak şehrin buna hazırlanması, bunun için bilinçlenmesi gerekiyor. Eğitim şartı şeklinde görüşünü ifade etmiştir.

Çalışmada uzman kişilere sorulan 3-4-5-6. sorulardan elde edilen cevaplar detaylı bir şekilde incelenmiş olup Kayseri ilinin medikal turizmde marka kent olma potansiyeline ilişkin SWOT analizi aşağıdaki şekilde sunulmuştur.

**Tablo 4.** Kayseri İlinin Medikal Turizmde Marka Kent Olma Potansiyeline İlişkin Uzman Görüşüne Dayalı SWOT Analizi

GÜÇLÜ YÖNLER	ZAYIF YÖNLER
<ul style="list-style-type: none"> <li>Şehir Hastanesinin varlığı</li> <li>Çok sayıda sağlık kuruluşunun bulunması</li> <li>Sağlık kuruluşlarındaki teknolojinin güncel ve yeterli olması</li> <li>Uzman hekim ve diğer sağlık personeli kadrosunun yeterli ve deneyimli olması</li> <li>Kaliteli sağlık hizmeti</li> <li>Havalimanının bulunması</li> <li>Gevher Nesibe Tıp Külliyesi'nin çekiciliği</li> <li>Erciyes Üniversitesi Tıp Fakültesi Hastanesi'nin robotik cerrahiye sahip olması</li> <li>Nitelikli laboratuvarların bulunması</li> <li>Farklı ülkelerden gelen öğrencilerin medikal turizm çabalarında görev alması</li> <li>ASTUDER ve KAYSATUR gibi derneklerin medikal turizmle ilişkin faaliyetleri</li> <li>Erciyes A.Ş.'nin yaptığı faaliyetlerin medikal turizmle ilgili yeni yapılanmalara örnek nitelikte olması</li> <li>Valilik ve Büyükşehir Belediyesi'nin turizm ve medikal turizm konusundaki çalışmaları</li> <li>Şehir içi ulaşımın kolaylığı</li> <li>Yurt dışı ve İstanbul'a göre fiyat avantajı</li> <li>Kayseri'nin Kapadokya bölgesinde yer alması</li> <li>Kapadokya bölgesinin yurt dışında tanınırlığı ve yüksek turizm potansiyeline sahip olması</li> <li>Erciyes Dağı'nın bulunması</li> <li>Tarihi ve kültürel zenginlikleri</li> <li>Almanya ve Hollanda gibi ülkelerden direkt uçuşların olması</li> <li>Erciyes Üniversitesi'nin onkolojide iyi olması</li> <li>Yüksek konaklama kapasitesi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Yurt dışından direkt uçuşlar yerine aktarmalı uçuşların olması</li> <li>Avrupa'dan direkt uçuşların az olması</li> <li>Medikal turizm konusunda nitelikli personel eksikliği</li> <li>Sağlık personelinin yabancı dil eksikliği</li> <li>Sektördeki kurumlar arası iş birliğinin zayıf olması</li> <li>Tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin yetersizliği</li> <li>Eğlence mekanlarının eksikliği</li> <li>Kayseri'de denizin olmaması</li> <li>Aracı kuruluş sayısının az olması</li> </ul>
FIRSATLAR	TEHDİTLER
<ul style="list-style-type: none"> <li>İstanbul'da kapasitenin dolmaya başlaması</li> <li>İstanbul'un yoğun trafiği</li> <li>Yeterli medikal ve turizm potansiyelinin olması</li> <li>Medikal hizmetler ve turizm faaliyetlerinin entegre edilebilirliği</li> <li>Yurt dışında Kayseri ve İç Anadolu bölgesinden çok sayıda gurbetçinin olması</li> <li>Gurbetçilerin hem kendilerinin sağlık turisti olarak gelmesi hem de ikamet ettikleri ülkede Kayseri'yi önerme potansiyellerinin olması</li> <li>Devlet teşvikleri</li> <li>Melikgazi Belediyesi'nin "Sağlık Turizmi Kampüsü" projesi</li> <li>Ankara'nın doğusunda medikal anlamda merkez olma potansiyeli</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ülke pazarında İstanbul, Antalya, İzmir, Ankara ve Bursa gibi güçlü rakiplerin varlığı</li> <li>İstanbul, Antalya ve İzmir'e yurt dışından direkt uçuşların olması</li> <li>Medikal turizm içerisinde görev alan yabancı uyruklu öğrencilerin mezun olduklarında gidecek olması</li> <li>Bölgesel ve küresel bazda medikal turizm destinasyonlarının artması</li> <li>Yerel halkın turizmde hazır olmaması ve medikal turizm hakkındaki bilinçsizliği</li> <li>Malpraktis gibi olumsuz durumların kötü haberlere dönüşmesi</li> </ul>

- 
- Kaliteli hizmet sunumunun yurt dışında viral pazarlamaya dönüşmesi
  - Lokasyonu
  - Komplikasyon sigortasının varlığı
  - İstanbul ve Antalya gibi bölgelerde medikal turizm reklamlarının yeterince denetlenmemesi sonucu haksız rekabetin meydana gelmesi
  - Health Türkiye üzerinden eşit ve adil bir hasta dağıtımının olmaması
  - Haksız rekabet kapsamında fiyat farklılığının yurt dışına olumsuz yansımaları
  - Hizmet alımı sonrası geri dönüşlerde komplikasyonların oluşma potansiyeli
  - Türkiye'nin yurt dışında güvenlik riskine sahip bir ülke olarak algılanıyor olması
  - Bazı yurt dışı sağlık sigortalarının Türkiye'de alınan hizmetleri karşılamaması
- 

Uzman kişilerin beyanlarına göre hazırlanan SWOT analizi sonrasında aynı sorular sırasıyla yapay zeka platformu olan ChatGPT-4o uygulamasına da sorulmuştur.

Çalışmada **birinci soru** olan “Kayseri ilinin sağlık alt yapısının medikal turizm açısından yeterli olduğunu düşünüyor musunuz?” sorusuna **ChatGPT-4o** tarafından verilen cevap: “*Kayseri, medikal turizm açısından güçlü bir sağlık altyapısına sahiptir. Şehirdeki önemli sağlık kuruluşları arasında 1.607 yatak kapasiteli Kayseri Şehir Hastanesi bulunmaktadır. Bu hastane, modern tıbbi altyapısı ve uzman kadrosuyla yüksek kaliteli sağlık hizmetleri sunmaktadır. Ayrıca, Erciyes Üniversitesi bünyesindeki Tıp Fakültesi ve Araştırma Hastanesi, akademik ve klinik hizmetleriyle bölgenin sağlık ihtiyaçlarını karşılamaktadır. Kayseri’de toplam 37 sağlık kurumu bulunmaktadır; bunlar arasında 3 devlet hastanesi, 13 özel hastane, 17 dış polikliniği ve 4 estetik ve güzellik polikliniği yer almaktadır. Bu kapsamlı sağlık altyapısı, Kayseri’yi medikal turizm için cazip bir destinasyon haline getirmektedir. Ancak, tanıtım eksiklikleri, dil ve iletişim sorunları, nitelikli personel ihtiyacı ve uluslararası uçuşların sınırlı olması gibi bazı zorluklar mevcuttur. Bu sorunların çözülmesi, Kayseri’nin medikal turizm potansiyelini daha da artıracaktır*” şeklindedir.

Çalışmada **ikinci soru** olan “Kayseri ilinin turizm potansiyelinin medikal turizm açısından yeterli olduğunu düşünüyor musunuz?” sorusuna **ChatGPT-4o** tarafından “*Kayseri, medikal turizm açısından önemli bir potansiyele sahiptir. Şehirdeki modern sağlık altyapısı, uzman sağlık personeli ve uygun maliyetli tedavi seçenekleri, medikal turistler için cazip unsurlar sunmaktadır. Ayrıca, Kayseri’nin Kapadokya ve Erciyes Dağı gibi turistik destinasyonlara yakınlığı, tedavi süreçlerini turistik deneyimlerle birleştirme imkânı sağlamaktadır. Ancak, bazı zorluklar da mevcuttur. Özellikle uluslararası doğrudan uçuşların sınırlı olması, dil ve iletişim sorunları, tanıtım eksiklikleri ve nitelikli personel ihtiyacı gibi faktörler, medikal turizmin gelişimini olumsuz etkileyebilmektedir. Bu nedenle, Kayseri’nin medikal turizm potansiyelini tam anlamıyla değerlendirebilmesi için ulaşım altyapısının iyileştirilmesi, tanıtım faaliyetlerinin artırılması ve sağlık personelinin dil becerilerinin geliştirilmesi gibi adımların atılması önem arz etmektedir*” şekilde cevap verilmiştir.

Çalışmada **yedinci soru** olan “Kayseri ilinin medikal turizm potansiyeli hakkında düşünceniz nedir?” sorusu **ChatGPT-4o** tarafından “*Kayseri, medikal turizm açısından güçlü bir potansiyele sahip bir şehir olarak öne çıkmaktadır. Şehir, modern sağlık tesisleri, nitelikli sağlık personeli ve uygun fiyatlı tedavi olanakları sunarak uluslararası hastaların ilgisini çekmektedir. Özellikle Kayseri Şehir Hastanesi ve Erciyes Üniversitesi Tıp Fakültesi gibi sağlık kurumları, kapsamlı tedavi olanakları ve ileri tıbbi teknolojilerle desteklenmiştir. Kayseri’nin*

Kapadokya ve Erciyes Dağı gibi önemli turistik bölgelere yakınlığı da medikal turizm için cazibesini artıran unsurlardan biridir. Sağlık hizmetlerinin yanı sıra, tedavi sürecini tatil ve kültürel deneyimlerle birleştirmek isteyen turistler için çeşitli imkanlar sunmaktadır. Ancak, Kayseri'nin medikal turizmdeki potansiyelini tam anlamıyla kullanabilmesi için bazı geliştirme alanları bulunmaktadır. Bunlar arasında ulaşım kolaylığı sağlanması, özellikle uluslararası uçuşların artırılması; tanıtım faaliyetlerinin yoğunlaştırılması; dil engellerinin aşılması için sağlık personelinin yabancı dil yeterliliğinin artırılması gibi adımlar önemlidir. Bu alanlarda gelişmeler sağlandığında, Kayseri'nin bölgesel bir medikal turizm merkezi haline gelme potansiyeli oldukça yüksektir. Özetle, Kayseri'nin altyapısı ve turistik olanaklarıyla medikal turizmde büyük bir potansiyele sahip olduğunu söyleyebiliriz, ancak tam potansiyeline ulaşması için bazı stratejik adımların atılması gerekmektedir” şeklinde ifade edilmiştir.

Çalışmanın **sekizinci sorusu** olan “Kayseri ilinde medikal turizmi çeşitlendirmek ve geliştirmek için neler yapılmalıdır?” sorusuna **ChatGPT-4o** tarafından “Kayseri şehrinde medikal turizmi çeşitlendirmek ve geliştirmek için **sağlık altyapısının güçlendirilmesi** bakımından genel sağlık hizmetleri dışında, Kayseri’de plastik cerrahi, göz sağlığı, diş tedavisi, ortopedi gibi alanlarda özel uzmanlık merkezleri kurulabilir. Bu sayede, belirli tedaviler için Kayseri’ye gelen medikal turistlerin ilgisi çekilebilir. Tedavi sonrası bakım hizmetleri, rehabilitasyon ve wellness hizmetleriyle desteklenerek sağlık turistlerinin iyileşme süreçleri desteklenebilir. **Ulaşım ve konaklama imkanlarının iyileştirilmesi** bakımından Kayseri Havalimanı’ndan direkt uluslararası uçuş sayısının artırılması, ulaşım kolaylığı sağlayarak daha geniş bir uluslararası kitleye ulaşılmasına yardımcı olabilir. Hastanelere yakın, medikal turistlerin ihtiyaçlarını karşılayacak otel ve konaklama seçenekleri artırılabilir. Bu tesislerde hasta ve refakatçileri için özel hizmetler sunulması, turistlerin tedavi sürecini daha rahat geçirmelerine olanak tanır. **Medikal Personel Eğitimi** bakımından Sağlık personelinin yabancı dil becerileri geliştirilerek iletişim güçlükleri aşılabılır. Ayrıca, farklı kültürlere yönelik eğitimler verilmesi, uluslararası hastaların kendilerini daha rahat hissetmelerini sağlar. Sağlık kurumlarının uluslararası akreditasyonlara sahip olması, kalite standartlarının tanınmasını ve güven oluşturmasını sağlayacaktır. **Tanıtım ve pazarlama stratejilerinin güçlendirilmesi** açısından Kayseri’nin medikal turizm olanaklarını tanıtmak için uluslararası dijital pazarlama stratejileri (sosyal medya, hedef odaklı reklam kampanyaları, web siteleri vb.) geliştirilebilir. Şehir, dünya genelinde düzenlenen sağlık turizmi fuarlarına katılarak tanıtımını artırabilir ve potansiyel hastalara doğrudan ulaşabilir. **Turistik deneyimlerin tedavi süreçleriyle entegrasyonu** açısından Kapadokya, Erciyes Dağı ve diğer tarihi-turistik noktalarla bağlantılı, tedavi sonrası turistik geziler içeren paketler hazırlanabilir. Bu paketlerle sağlık turistlerine tedavi süreçlerini keyifli hale getirecek deneyimler sunulabilir. Kayseri çevresindeki termal kaynaklar değerlendirilerek sağlık turizmine yönelik spa ve wellness paketleri sunulabilir. Termal tedaviler, medikal turizmin çeşitlendirilmesi için önemli bir fırsattır. **Yasal düzenlemeler ve teşvikler** açısından yatırımcıları, sağlık kurumlarını ve konaklama sektörünü destekleyecek teşvik ve hibeler sağlanarak, medikal turizme yönelik yatırımlar artırılabilir. Sağlık turizmi kapsamında gelen hastalar için vize işlemlerinde kolaylık sağlanması, sürecin daha cazip hale gelmesine yardımcı olacaktır. **Destinasyon yönetimi ve kalite kontrolü** kapsamında Kayseri’ye gelen hastaların deneyimlerini düzenli olarak ölçen, memnuniyet odaklı geri bildirim sistemleri oluşturulabilir. Bu verilerle hizmet kalitesi artırılabilir. Kayseri’de bir medikal turizm derneği kurularak, sağlık sektöründeki farklı kurumların koordinasyon içinde çalışması sağlanabilir. Bu sayede kalite ve hizmet standardı sağlanabilir. Bu adımlar, Kayseri’nin medikal turizm alanında çeşitlendirilmiş bir destinasyon haline gelmesine yardımcı olabilir ve şehri uluslararası sağlık turizmi sahnesinde daha rekabetçi bir konuma taşıyabilir” şeklinde cevap verilmiştir.

Çalışmada ChatCPT-4o uygulamasına sorulan 3-4-5-6. sorulardan elde edilen cevaplar neticesinde Kayseri ilinin medikal turizmde marka kent olma potansiyeline ilişkin SWOT analizi aşağıdaki şekilde ortaya koyulmuştur.

**Tablo 5.** Kayseri İlinin Medikal Turizmde Marka Kent Olma Potansiyeline İlişkin ChatGPT-4o Görüşüne Dayalı SWOT Analizi

GÜÇLÜ YÖNLER	ZAYIF YÖNLER
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Yüksek yatak kapasitesine sahip modern hastaneleri (Kayseri Şehir Hastanesi gibi)</li> <li>• Alanında uzman doktor, cerrah ve sağlık personelinin varlığı</li> <li>• Avrupa ve ABD gibi ülkelere kıyasla daha uygun fiyatlı sağlık hizmeti</li> <li>• Kayseri'nin Kapadokya ve Erciyes Dağı gibi bölgelere yakınlığı ve tedavi sürecinde bu bölgelerde tatil imkanının da olması</li> <li>• Estetik cerrahi, diş tedavileri ve göz sağlığı gibi farklı alanlarda hizmet yelpazesinin bulunması</li> <li>• Uygun doğa ve iklim şartlarına sahip olması</li> <li>• Sağlık turizmi alanında yüksek yatırım potansiyeline sahip olması</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kayseri Havalimanı'nda direkt uluslararası uçuş sayısının sınırlı olması</li> <li>• Sağlık personelinin yabancı dil eksikliği ve sadece İngilizce ile sınırlı olması</li> <li>• Medikal turizme ilişkin tanıtım ve pazarlama çabalarının yetersizliği</li> <li>• Şehirdeki bazı sağlık tesislerinin uluslararası sağlık standartlarına uygun akreditasyona sahip olmaması</li> <li>• Destinasyon yönetimi açısından sağlık, turizm ve ulaşım gibi sektörler arasında iş birliği ve koordinasyon eksikliği</li> <li>• Uluslararası hasta kararlarını etkileyen Türkiye'nin bazı bölgelerindeki güvenlik sorunları</li> </ul>
FIRSATLAR	TEHDİTLER
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Medikal turizme artan global talebin uygun fiyatlı kalite hizmetin sunulmasıyla Kayseri'yi cazip bir seçenek haline getirebilmesi</li> <li>• Kayseri şehrinin Kapadokya ve Erciyes Dağı'na yakınlığı ile sağlık hizmetleri ve turizm hizmetlerinin entegrasyonunun sağlanabilmesi</li> <li>• Kayseri çevresinde bulunan Yozgat, Sivas ve Nevşehir gibi illerde bulunan termal kaynaklar sayesinde termal wellness ve spa paketleri ile medikal turizm desteklenebilmesi</li> <li>• Türkiye genelindeki medikal turizm sektörüne yönelik sağlanan devlet destekleri, teşvikler ve vergi avantajları</li> <li>• Uluslararası sağlık turizmi fuarları, kongreler ve iş birlikleri yoluyla global pazarda tanıtım imkanlarının olması</li> <li>• Dijital pazarlama kapsamında sosyal medya, çevrim içi sağlık platformları ve hedef odaklı reklam kampanyalarının kullanımıyla uluslararası pazara erişim gücünün olması</li> <li>• Erciyes Üniversitesi, ileri düzey laboratuvar altyapısı ve sağlık alanındaki akademik birikimi sayesinde medikal turizme yüksek düzeyde katkı sağlama potansiyeline sahiptir</li> <li>• Kayseri'nin diğer büyük şehirlerle göre daha sakin ve uygun fiyatlı olmasının yarattığı bölgesel rekabet avantajı</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• İstanbul ve Antalya gibi medikal turizmde önde gelen şehirlerin yüksek rekabet gücüne sahip olması</li> <li>• Türkiye'deki ekonomik dalgalanmalar ve politik belirsizliklerin yabancı medikal turistlerin güvenini etkilemesi</li> <li>• Pandemi gibi global sağlık krizleri veya güvenlik endişelerinin medikal turizm pazarını doğrudan etkileyebilmesi</li> <li>• Kalitesiz ve standartlardan uzak sağlık hizmetlerinin medikal turistlerin memnuniyetini ve deneyimlerini olumsuz etkilemesi ve olumsuz yorumların uluslararası imajı zedeleme ihtimalinin bulunması</li> <li>• Yabancı dilde hizmet verme kapasitesinin yetersizliği</li> <li>• Sağlık turizmi politikalarında yaşanabilecek yasal değişiklikler veya sektörle ilgili yeni düzenlemelerin sağlık turizmi sektöründeki bazı kuruluşların faaliyet göstermesini zorlaştırabilmesi</li> <li>• Yerli ve yabancı yatırım eksikliği</li> <li>• Hastaların kişisel ve tıbbi bilgilerini koruma konusunda eksiklikler varsa, uluslararası hastalar için ciddi bir tehdidin oluşabilmesi</li> </ul>

## Sonuç

Bu çalışma ile Kayseri ilinin medikal turizmde marka kent olma potansiyeli SWOT analizi yöntemi ile değerlendirilmiştir. Kayseri; stratejik konumu, gelişmiş sağlık altyapısı ve turistik çekicilik gibi avantajlara sahip olmasına rağmen, medikal turizmde uluslararası bir marka haline gelmek için bazı eksiklikler ve zorluklarla karşılaşmaktadır. Bu durum, sağlık turizmi stratejilerinin yetersiz planlanması,

uluslararası tanıtım eksikliği, sağlık hizmetlerinde standardizasyon ve kalite sorunları ile rekabetçi bir pazar içinde doğru konumlandırma ihtiyacını ortaya koymaktadır.

Kayseri ilinin medikal turizmdeki mevcut durumu ve potansiyeli hakkında bilgi sahibi ve sektör deneyimi olan (birbirinden bağımsız kuruluşlarda çalışan/görev alan) on kişi ile yarı yapılandırılmış görüşme yapılmıştır. Ayrıca katılımcılara sorulan soruların aynısı bir yapay zeka platformu olan ChatGPT-4o uygulamasına da sorulmuştur. Görüşmeler ve ChatGPT-4o uygulamasından elde edilen bulgulara bakıldığında ortak paydada buluşulan konuların en önemlisi Kayseri ilinin medikal açıdan yeterli bir potansiyele sahip olduğu yönündedir. Şehir hastanesi, üniversite hastanesi, kamu hastaneleri, birçok özel hastane, göz, diş, tüp bebek gibi spesifik hizmetlerin yoğunluğu ve uzman kadro ile güncel teknolojinin varlığı bu yargıyı desteklemektedir.

Çalışmadan elde edilen bir diğer sonuç ise Kayseri'nin Kapadokya bölgesinde yer alması ve Erciyes Dağı'nın varlığı ile turizm potansiyeli yüksek bir şehir haline geldiğidir. Bu şekilde turizm potansiyelinin turist sağlığına, sonrasında ise medikal turizme dönüşmesi destekleyici çabaların da gösterilmesiyle beklenebilecek bir durumdur. Burada destekleyici faktörlerin başında da tanıtım ve pazarlama faaliyetleri gelmektedir. Hem yurt dışı hem de Kayseri havalimanı üzerinden Nevşehir iline geçen turistlere yönelik tanıtım faaliyetleri eldeki turizm potansiyelini medikal turizme çevirebilecek güçlü bir araç olacaktır. Ayrıca medikal turizm paketlerinin turizm paketleri ile birleştirilmesi de düşünülebilecek bir diğer destekleyici çabadır. Son olarak tüm bu çabalar öncesinde olması gereken en önemli unsur, şehrin medikal turizme hazır olmasıdır. Katılımcıların görüşlerine bakıldığında yerel halkın turizm konusundaki içe kapanıklığı, katılımı ve medikal turizm hakkındaki bilinçsizliği bir tehdit olarak algılanmaktadır.

Elde edilen uzman görüşleri ve ChatGPT-4o uygulaması cevaplarının ortak noktada bulunduğu bir diğer yargı da Kayseri'ye yurt dışı uçuşların aktarmalı olmasının zayıf bir yön olduğudur. Almanya ve Hollanda gibi birkaç Avrupa ülkesinden direkt uçuşlar olsa dahi bu durum İstanbul, Antalya ve İzmir gibi bölgelerle rekabet edilebilir bir oranda değildir. Ulaşım konusunda devam eden bu tehdit Kayseri ilinin potansiyeli üzerinde olumsuz etki oluşturmaktadır. Bunun önüne geçebilmek için öncelikle gurbetçilerin yoğun olduğu, Türklerin yaşadığı ve Türkiye'yi en çok tercih eden ülkelerden charter uçuş planlamaları yapılabilir.

Kayseri ilinde medikal turizmde organize olmak ise zayıf bir yönü oluşturmaktadır. Bunun önüne geçebilmek için medikal turizm alanında yer alan il sağlık müdürlüğü, hastaneler, aracı kuruluşlar, dernekler, turizm ve ulaşım sektörü ve şehrin tamamı kendi aralarında rekabetten çok iş birliği içerisine girmeli ve kendi pazarlarını kendileri yaratma konusunda güç birliği oluşturmalıdır. Bayram ve Akkühah (2020) ile Koç (2021) tarafından Kayseri ilinin sağlık turizmine ilişkin yapılan çalışmalarda, şehrin medikal açıdan yüksek potansiyele ve uzman sağlık iş gücüne sahip olması, Kapadokya gibi önemli bir turistik bölgeye yakınlığı, gurbetçi nüfusun varlığı, nitelikli ve yabancı dil bilen personel eksikliği, tanıtım ve organizasyon yetersizliği ile aktarmalı uçuşların dezavantajları gibi unsurlar öne çıkmıştır. Bu bulgular, çalışmamızla benzerlik göstermektedir. Ancak, bu çalışmaların üzerinden geçen dört yılın ardından, güçlü yönlerin korunmasına rağmen, zayıf yönlerin iyileştirilmesi adına yeterli adımların atılmadığı dikkat çekmektedir.

Çalışmada Kayseri özelinde elde edilen bulgular ile Türkiye genelinde SWOT analizi ile yapılan farklı çalışmaların (Görener, 2016; Gürleyen & Çınar, 2021; Kılıçarslan, 2019; Şahin & Şahin, 2018; Yiğit & Demirbaş, 2020) bulguları karşılaştırıldığında güçlü yön olarak uygun fiyat, turizm imkanları, kaliteli sağlık hizmeti, uzman sağlık işgücü, güçlü sağlık altyapısı, devlet destekleri, konaklama sektörünün yeterliliği benzerlik göstermektedir. Zayıf yön olarak ise sektördeki kurum/kuruluşlar arası yetersiz iş birliği ve koordinasyon, tanıtım ve pazarlama yetersizliği, sağlık alanındaki çalışanların medikal turizm konusundaki bilgisizliği ve yabancı dil eksikliği benzerlik göstermektedir. Çevresel fırsatlar ile ilgili olarak gurbetçi potansiyeli, lokasyon, medikal turizm potansiyelinin artması; son olarak çevresel tehditlerde ise güvenlik endişeleri, kontrolsüz fiyatlandırma, medikal turizm destinasyonlarında artış ve artan rekabet çalışmamız bulguları ile benzerlik göstermektedir.

Bu çalışmayı özgün hale getiren bir diğer faktör uzman görüşleri ile bir yapay zeka platformu olan ChatGPT-4o uygulamasının verdiği cevapların karşılaştırılması olmuştur. Katılımcılara sorulan sorular ChatGPT-4o uygulamasına da sorulmuş ve elde edilen cevaplar üzerinden bir SWOT analizi yapılmıştır. Bakıldığında iki taraftan alınan cevaplara göre **güçlü yön** olarak şehrin sağlık altyapısının gelişmiş olması, şehir hastanesi ve üniversite hastanesinin varlığı, uzman sağlık personelinin varlığı, şehrin Kapadokya bölgesine ve Erciyes Dağı'na olan yakınlığı, uygun fiyatlı sağlık hizmeti sunması gibi unsurlar benzer niteliktedir. **Zayıf yönler**deki benzerlikler ise şehre uluslararası ulaşımın sınırlı olması, sağlık personelinin yabancı dil konudaki yetersizliği, tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin eksikliği, sektörler arası iş birliğinin istenen seviyede olmaması gibi unsurlardır. **Çevresel fırsatlardaki** benzerlikler, sunulan sağlık hizmetinin diğer bölgelere daha uygun fiyatlı olmasından dolayı talep potansiyelinin yüksek olması, şehrin turistik bölgelere yakınlığı ile sağlık ve turizm hizmetlerinin entegre edilme imkanının olması ve devlet destekleri şeklindedir. Son olarak **çevresel tehditler**deki benzerlikler ise İstanbul ve Antalya gibi medikal turizm alanında güçlü rakiplerin varlığı, yabancı medikal turistlerin Türkiye'yi güvenlik açısından riskli bir ülke olarak algılıyor olmaları ve malpraktis ve gizlilik ihlali gibi konuların şehre ve ülkeye yönelik olumsuz bir imaj yaratma ihtimalinin olması şeklindedir.

Bu çalışmadan elde edilen bulgular doğrultusunda, Kayseri'nin medikal turizmde marka kent olma hedefi doğrultusunda aşağıdaki öneriler geliştirilmiştir. Bunlar:

- Tanıtım ve pazarlama faaliyetlerine organize şekilde yoğunluk verilmeli,
- USHAŞ yapılanmasının Kayseri temsilciliği oluşturulmalı,
- Kapadokya'nın turizm potansiyelinin medikal turizme kaydırılması için entegre paket sayısının arttırılması,
- Charter uçuşların arttırılması konusunda gerekli adımların atılması,
- Medikal turizm konusunda nitelikli personel yetiştirmek adına il sağlık müdürlüğü öncülüğünde eğitimler hazırlanmalı,
- Aracı kuruluş sayısı arttırılmalı,
- Kayseri şehrinin geçmiş dönemlerde farklı medeniyet ve milletlere ev sahipliği yapması neticesiyle başta Türk devletleri ve Ermeni toplumuna yönelik diaspora sağlık turizmine yönelik çabalara girilmelidir.

- Kayseri ve çevre illerde öğrenim gören yabancı uyruklu öğrenciler medikal turizm faaliyetlerine çekilmeli ve bu kapsamda topluluk gibi organizasyon yapılanmaları oluşturulmalı,
- Yurt dışı sağlık tesisi, acente ve sigorta şirketleri ile iş birlikleri geliştirmelidir. Bu iş birlikleri yoluyla medikal turizmde tanıtım, pazarlama, halkla ilişkiler, sosyal sorumluluk projeleri geliştirilmelidir.

### **Etik Kurul İzni**

Bu çalışma için etik kurul izni Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Bilimsel Araştırma Önerisi Etik Değerlendirme Kurulu'nun 11/06/2024 tarih ve E-99711239-050.01.04/ numaralı kararı ile alınmıştır.

### **Katkı Oranı Beyanı**

Yazarlar makaleye eşit oranda katkı sağlamış olduklarını beyan eder.

### **Çıkar Çatışması Beyanı**

Makale yazarları aralarında herhangi bir çıkar çatışması olmadığını beyan eder.



## Kaynakça

- Askerlik Kanunu ile Diğer Bazı Kanunlarda ve 663 Sayılı Kanun Hükmünde Kararnamede Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun (2018, Ağustos 3). *Resmî Gazete* (Sayı: 30498). <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2018/08/20180803-20.htm>
- Bayram, H. S., & Akkühah, A. U. (2020). *Kayseri sağlık turizminin geliştirilmesi mevcut durum analizi ve eylem planı*. SERRProject Grants & Project Consultant.
- Bristow, R. S., Yang, W. T., & Lu, M. T. (2010). An application of the global sustainable tourism criteria in health tourism. In *Proceedings of the 2009 Northeastern Recreation Research Symposium* (pp. 97-104). Northern Research Station.
- Chanda, R. (2022). *Modalities and determinants of trade in health services*. World Bank Publications.
- Çubuk, M. (2022). Türkiye’de büyükşehirlerin sağlık turizmi potansiyellerinin CRITIC ve WASPAS yöntemleri ile karşılaştırılması. *Bingöl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(2), 147-174. <https://doi.org/10.33399/biibfad.1139104>
- Daştan, İ. (2014). Türkiye’de sağlık turizmi: Türkiye ve özelinde İzmir’de sağlık turizminin mevcut durum analizi ve strateji önerileri. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(10), 143-163.
- Dışişleri Bakanlığı. (2022). *Yurt dışında yaşayan türk vatandaşları*. [https://www.mfa.gov.tr/yurtdisinda-yasayan-turkler\\_.tr.mfa](https://www.mfa.gov.tr/yurtdisinda-yasayan-turkler_.tr.mfa)
- Doğan, S., & Doğan, T. G. B. (2020). Uluslararası alanyazında sağlık turizmi alt bileşenleri üzerine bibliyometrik bir analiz. *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 23(4), 561-586. <https://dergipark.org.tr/en/pub/hacettepesid/issue/58128/837801>
- Görener, A. (2016). A Swot-AHP approach for assessment of medical tourism sector in Turkey. *Alphanumeric Journal*, 4(2), 159-170. <https://doi.org/10.17093/alphanumeric.277740>
- Gürbüz, S., & Şahin, F. (2018). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri* (5. Baskı). Seçkin Yayıncılık.
- Gürcan, N., Bostan, A., & Dilek, A. (2023). Aydın ilinde sağlık turizm sektörünün SWOT analizi ile değerlendirilmesi. *Uluslararası Medeniyet Çalışmaları Dergisi*, 8(2), 258-268. <https://doi.org/10.58648/inciss.1371609>
- Gürleyen, B., & Çınar, F. (2021). Türkiye’nin medikal turizm SWOT analizi: Covid-19 örneği. *Sağlık ve Sosyal Refah Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 51-60.
- Hatipağaoğlu, A. M., Geler, N., Doğan, T., Kırmacı, T., & Ömer, E. (2023). *Global sağlık sektörü ve medikal turizm trendleri*. [https://www.grantthornton.com.tr/globalassets/\\_\\_shared\\_\\_/global-salk-sektoru-ve-medikal-turizm-trendleri--rapor-2023\\_\\_1.08\\_ifreli.pdf](https://www.grantthornton.com.tr/globalassets/__shared__/global-salk-sektoru-ve-medikal-turizm-trendleri--rapor-2023__1.08_ifreli.pdf)
- Jafari, M., Bahadori, M., & Ravangard, R. (2016). Health tourism: opportunities, constraints, obstacles and solutions. *International Journal of Travel Medicine and Global Health*, 4(1), 37-38.
- Joint Commission International. (2024, Kasım 14). *JCI-accredited organizations*. [https://www.jointcommissioninternational.org/who-we-are/accredited-organizations/#sort=%40aoname%20ascending&f:@aocountry=\[Turkey\]](https://www.jointcommissioninternational.org/who-we-are/accredited-organizations/#sort=%40aoname%20ascending&f:@aocountry=[Turkey])
- Kamu Hastaneleri Genel Müdürlüğü. (2019, Mart 20). *Sağlık turizmi projeleri*. <https://khgmacilveyurtdisisaglikdb.saglik.gov.tr/TR-46936/saglik-turizmi-projeleri.html>



- Karagöz, Y., Yalman, F., & Karaşin, Y. (2022). Medikal turizmde hizmet kalitesinin hasta memnuniyeti ve hasta sadakatine etkisi: Türk diasporası üzerinde bir araştırma. *Toros Üniversitesi İİSBF Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(17), 1-13. <https://doi.org/10.54709/iisbf.1172168>
- Kayseri Büyükşehir Belediyesi. (2024, Ocak 29). *Haberler*. <https://www.kayseri.bel.tr/haberler/dunya-markasi-erciyes-123-bin-ziyaretci-ile-kendi-rekorunu-kirdi>
- Kayseri Health Tourism. (2024, Nisan 30). *Hakkımızda*. <https://healthtourismkayseri.com/tr/Hakkimizda>
- Kayseri İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2024, 19 Haziran). *Termal turizm*. <https://kayseri.ktb.gov.tr/TR-182954/termal-turizm.html>
- Kayseri İl Sağlık Müdürlüğü. (2018, Nisan 30). *Hastaneler*. <https://kayseriism.saglik.gov.tr/TR-54393/hastaneler.html>
- Kayseri Valiliği. (2024, Kasım 14). *Kayseri*. <http://www.kayseri.gov.tr/sehrimiz#>
- Kılıçarslan, M. (2019). SWOT analysis of health tourism in Turkey. *Electronic Journal of Social Sciences*, 18(71), 1135-1145. <https://doi.org/10.17755/esosder.467515>
- Kim, J., Lee, S. Y., Kim, J. H., Shin, D. H., Oh, E. H., Kim, J. A., & Cho, J. W. (2024). ChatGPT vs. sleep disorder specialist responses to common sleep queries: Ratings by experts and laypeople. *Sleep Health*, 10(6), 665-670. <https://doi.org/10.1016/j.sleh.2024.08.011>
- Kirk, D., van Eijnatten, E., & Camps, G. (2023). Comparison of answers between ChatGPT and human dieticians to common nutrition questions. *Journal of Nutrition and Metabolism*, 2023(1), 5548684. <https://doi.org/10.1155/2023/5548684>
- Krasnokutskaya, N. S. (2022). World trends in the development of health tourism. *Псковский регионологический журнал*, 18(2), 126-138.
- Koç, A. (2021). *Kayseri ve Neoşehir illerinin sağlık turizmi potansiyelinin tespiti ve sağlık turizmi potansiyelini artırabilmek için yapılabilecekler* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
- Kozak, M. A., & Şahin, Z. (2022). Sağlık turizminde yeni bir uygulama: "Sağlık turizmi yetki belgesi" Mersin. *Sivas Interdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(1-2), 107-122.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2023). *Yıllık bültenler*. <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-249709/yillik-bultenler.html>
- Lee, J., & Kim, H. B. (2015). Success factors of health tourism: cases of Asian tourism cities. *International Journal of Tourism Cities*, 1(3), 216-233.
- Leigh, D. (2009). SWOT analysis. *Handbook of Improving Performance in the Workplace: Volumes 1-3*, 115-140. <https://doi.org/10.1002/9780470592663.ch24>
- Mahdavi, Y., Mardani, S., Hashemidehaghi, Z., & Mardani, N. (2013). The factors in development of health tourism in Iran. *International Journal of Travel Medicine and Global Health*, 1(3), 113-118.
- Mainil, T. J. G. M. J., Eijgelaar, E., Klijs, J., Nawijn, J., & Peeters, P. M. (2017). *Research for TRAN committee—health tourism in the EU: a general investigation*. European Parliament, Directorate General for Internal Policies, Policy Department B: Structural and Cohesion Policies, Transport and Tourism.
- Medical Tourism Association. (2024, Nisan 19). *Medical tourism unveiled: why patients travel and what holds them back: a deep dive into the medical tourism decision-making process*. <https://assets.website->

files.com/6272d3f738f67b4c8ee43a10/65a15680c5f22e9280143710\_MTA%20Patient%20Survey%20Report%202024%20VF.pdf

- NTV. (2023, 3 Kasım). *Türkiye haberleri*. <https://www.ntv.com.tr/turkiye/kapadokyada-4-milyon-256-bin-ile-ziyaretci-rekoru-kirildi,DrerNVw3OUiLCjGTLR3HkA#>
- Özcan, A., Simsar, A., & Erkasap, A. (2024). Sustainable health tourism in the plastic surgery sector in Turkey. *International Journal of Innovative Research in Multidisciplinary Education*. <https://doi.org/10.58806/ijirme.2024.v3i2n12>
- Özer, O. (2021). Kayseri Hürmetçi Sazlığının ornito turizm potansiyelinin değerlendirilmesi. *Journal of Hospitality and Tourism Issues*, 3(1), 37-54. <https://doi.org/10.51525/johti.926528>
- Papp, Z., & Lórinçz, K. (2016). Health tourism trends. *Health*, 5(3-4), 30.
- Pirzada, N. (2022). The expansion of Turkey's medical tourism industry. *Voices in Bioethics*, 8, 1-7.
- Sağlık Bakanlığı. (2024, Haziran 21). *Haber arşivi*. <https://www.saglik.gov.tr/TR-55889/ushasin-paydasi-oldugu-ilk-saglik-turizmi-calistayi-kayseride-yapildi.html>
- Sağlık Bakanlığı Strateji Geliştirme Başkanlığı. (2024, Mayıs 8). *Stratejik planlar*. <https://sgb.saglik.gov.tr/TR,60674/stratejik-yonetim.html>
- Sağlık Turizmi Daire Başkanlığı (2024, Kasım 14). *Yetki belgesi listeleri*. <https://shgmturizmdb.saglik.gov.tr/TR-104124/yetki-belgesi-listeleri-guncellenmistir.html>
- Salekpay, F., van den Bergh, J., & Savin, I. (2024). Comparing advice on climate policy between academic experts and ChatGPT. *Ecological Economics*, 226, 108352. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2024.108352>
- Soliman, Y. R., Fathy, A. M., & Soliman, M. R. (2024). Egypt as a destination for health tourism: opportunities and obstacles. *The International Journal of Tourism and Hospitality Studies*, 6(2), 244-268. <https://doi.org/10.21608/ijthsx.2024.283715.1090>
- Spivack, S. E. (1998). Health spa development in the US: A burgeoning component of sport tourism. *Journal of Vacation Marketing*, 4(1), 65-77. <https://doi.org/10.1177/135676679800400106>
- Şahin, Ç. (2020). Veri toplama teknikleri. içinde R. Y. Kıncal (Ed.), *Bilimsel araştırma yöntemleri* (ss. 125-182). Nobel Akademik Yayıncılık
- Şahin, G. G., & Tuzlukaya, Ş. (2017). Turizm türleri ve turizm politikaları, dünyada ve Türkiye'de sağlık turizmi. İçinde D. Tengilimoğlu (Ed.), *Sağlık turizmi* (ss. 43-58). Siyasal Kitabevi.
- Şahin, Ö. U., & Şahin, M. (2018). Türkiye'de sağlık turizminin potansiyeli ve geleceği: SWOT analizi. *Journal of Awareness*, 3(5), 287-300. <https://doi.org/10.26809/joa.2018548638>
- Şengül, C., & Çora, H. (2020). Healthcare tourism in second decade of 21st century-a review of Turkey as the new global center for international patients. *Journal of Health Systems and Policies*, 2(1), 56-86.
- Şengül, H., & Bulut, A. (2019). Sağlık turizmi çerçevesinde Türkiye'de termal turizm; Bir SWOT analizi çalışması. *ESTÜDAM Halk Sağlığı Dergisi*, 4(1), 55-70. <https://doi.org/10.35232/estudamhsd.505757>
- T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı. (2024, Mayıs 10). *Kalkınma planları*. <https://www.sbb.gov.tr/kalkinma-planlari/>
- Tengilimoğlu, D. (2021). Sağlık turizmi ve devlet teşvikleri. *Journal of Life Economics*, 8(1), 1-10. <https://doi.org/10.15637/jlecon.8.1.01>
- Tontuş, H. Ö. (2015a). *Sağlık turizmi nedir?* Satürk Yayınları. <http://www.saturk.gov.tr/yayinlar.html>

- Tontuş, H. Ö. (2015b). *Dünyada sağlık turizmi*. Satürk Yayınları <http://www.satürk.gov.tr/yayinlar.html>
- Tourismtoday. (2023). Kapadokya'da rekor: Ziyaretçi sayısı 4 milyonu aştı. <https://www.tourismtoday.net/kategoriler/destinasyon-haberleri/kapadokyada-rekor-ziyaretci-sayisi-4-milyonu-asti/>
- Tuna, H., & Tuna, A. (2024). Bolu ilinin sağlık turizmi potansiyelinin SWOT analizi yöntemiyle değerlendirilmesi ve sağlık turizminin çeşitlendirilmesi. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 12(1), 245-265. <https://doi.org/10.21325/jotags.2024.1378>
- Türkiye İstatistik Kurumu (2024, Mayıs 16). *Turizm istatistikleri*. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Turizm-Istatistikleri-IV.-Ceyrek:-Ekim---Aralik,-2023-53661>
- Türkben, C., Gül, F., & Uzar, Y. (2012). Türkiye'de bağcılığın tarım turizmi (agro-turizm) içinde yeri ve önemi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2012(2), 47-50.
- Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (2022). *Dünya turizm istatistikleri*. <https://www.tursab.org.tr/dunya-turizm-istatistikleri>
- Tütüncü, Ö., Kiremitçi, İ., & Çalışkan, U. (2011). Sağlık turizmi, güvenlik ve kalite. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 22(1), 91-93.
- Uluslararası Sağlık Turizmi ve Turist Sağlığı Yönetmeliği (2017, Temmuz 13). Resmi Gazete (Sayı: 30123). <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2017/07/20170713-3.htm>
- Uluslararası Sağlık Hizmetleri Anonim Şirketi (2024, Mayıs 15). *Sağlık turizmi verileri*. <https://www.ushas.com.tr/saglik-turizmi-verileri/>
- Uluslararası Sağlık Turizmi Tesisleri ve Aracı Kuruluşlar Derneği (2024, Mayıs 16). *Türkiye'de medikal turizm*. <https://usttak.org/medikal-turizm.aspx>
- Yeşil, R. (2020). Nicel ve nitel araştırma yöntemleri. İçinde R. Y. Kıncal (Ed.), *Bilimsel araştırma yöntemleri* (ss. 51-80). Nobel Akademik Yayıncılık
- Yiğit, A., & Demirbaş, M. B. (2020). Türkiye'de medikal turizmin gelişimine etki eden faktörlerin SWOT-AHP yöntemi ile tespit edilmesine yönelik bir araştırma. *Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(22), 173-192. <https://doi.org/10.38155/ksbd.693841>
- Yorulmaz, M., & Söyler, S. (2020). Sağlık turizmi SWOT analizi: Adana ili örneği. *Uluslararası Sağlık Yönetimi ve Stratejileri Araştırma Dergisi*, 6(2), 217-230.

