

## Türkiye’de Medikal Turizm Potansiyeline Yönelik Algının Davranışsal Niyete Etkisinin İncelenmesi

 Şükran KARACA<sup>1</sup>  Esra ÖZKAN ÖNEM<sup>2</sup>  Muhammed YILDIZ<sup>3</sup>

Medikal turizm sağlığın korunması ve iyileştirilmesi amacıyla, bireylerin ulusal ve uluslararası seyahatlerini kapsamaktadır. Bu turizm çeşidi tüm dünyada artan bir ivmeyle gerek ülkelerin gerekse bireylerin ilgisini çekmeye devam etmektedir. Ciddi yatırımlara ihtiyaç duyulan medikal turizm sektöründe etkin bir faktör olabilmek için kaliteli bir hizmeti uygun fiyatlarla sunabilmek gerekmektedir. Ayrıca sahip olunan potansiyel ile ilgili tanıtım çalışmalarına önem verilmelidir. Bu bağlamda çalışmanın amacı, Türkiye’de medikal turizm potansiyeline yönelik algının davranışsal niyete etkisinin incelenmesidir. Bu kapsamda Türkiye’de yaşayan 18 yaş ve üzeri 540 kişiden çevrimiçi anket tekniği ile veriler elde edilmiştir. Verilerin analizinde yapısal eşitlik modellemesi kapsamında doğrulayıcı faktör analizi ve yol analizi yapılmıştır. Yapılan analizler sonucunda; Türkiye’de medikal turizme yönelik çekicilik ve imkân algısının davranışsal niyet üzerinde pozitif bir etkisi varken yeterlilik algısının davranışsal niyet üzerinde negatif bir etkisi olduğu görülmüştür. Elde edilen bu sonuçlar doğrultusunda medikal turizmin potansiyelini artırmaya yönelik çeşitli önerilerde bulunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Turizm, Medikal Turizm, Sağlık Turizmi, Davranışsal Niyet.

**JEL Kodu/Code:** L83.

### Investigation of the Effect of Medical Tourism Potential Perception in Türkiye on Behavioral Intention Abstract

Medical tourism includes domestic and international travel of individuals to protect and improve their health. This tourism type continues to attract the attention of both countries and individuals all over the world. In order to be an effective factor in the medical tourism sector, where serious investments are needed, it is necessary to offer a quality service at affordable prices. In addition, promotional activities related to medical tourism potential should be improved. The aim of this study is to examine the effect of perception of medical tourism potential on behavioral intention in Türkiye. In this context, data were obtained from 540 people that aged 18 and over living in Türkiye by online survey technique. In the analysis of the data, confirmatory factor analysis and path analysis were performed within the scope of structural equation modeling. As a result of the analyzes made; It has been seen that the perception of attractiveness and opportunity for medical tourism in Türkiye has a positive effect on behavioral intention, while the perception of competence has a negative effect on behavioral intention. In line with these results, various suggestions were made to increase the potential for medical tourism.

**Keywords:** Tourism, Medical Tourism, Health Tourism, Behavioral Intention.

**Referans/Citation:** Karaca, Ş., Özkan Önem, E. & Yıldız, M. (2023). Türkiye’de medikal turizm potansiyeline yönelik algının davranışsal niyete etkisinin incelenmesi, *Journal of Hospitality and Tourism Issues*, Vol. 5, No.1, 14-25.

<sup>1</sup> Doç. Dr., Turizm Fakültesi, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, sukrankaraca@gmail.com, ORCID: 0000-0002-0268-1810

<sup>2</sup> Öğr. Gör., Turizm Fakültesi, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, eozkanonem@cumhuriyet.edu.tr, ORCID: 0000-0001-5951-3466

<sup>3</sup> Öğr. Gör., Turizm Fakültesi, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, muhammedyildiz@cumhuriyet.edu.tr, ORCID: 0000-0002-0407-8783, Sorumlu Yazar

## 1. GİRİŞ

Sağlık hakkı tüm insanlar için evrensel temel haklardandır. Dini, milliyeti, cinsiyeti ne olursa olsun herkesin kaliteli ve güvenli sağlık hizmeti alma hakkı bulunmaktadır. Birçok devletin anayasa ile koruma altına aldığı bu hak, sosyal devlet olma ilkelerinden biri olarak da kabul edilmektedir. Tıbbi tedavi veya terapi amacı ile yaşanan yerin dışına yapılan seyahatlerde gidilen destinasyonun turistik imkanlarından faydalanılması medikal turizm olarak adlandırılmaktadır (Tengilimoğlu & Zekioğlu, 2020). Bu turizm türünde sunulan hizmet medikal uygulamaları içermektedir. Medikal turizm, amaçlar bakımından diğer tüm turizm türlerine nazaran daha nettir. Burada turist olarak kabul edilen birey tıbbi açıdan bir hastadır (Kruja & Gjyrezi, 2011). Medikal turistler için tıp biliminin tedavi imkânlarından faydalanılması esastır. Ana amaca ulaşıldıktan sonra diğer turizm faaliyetleri tâli unsurlar olarak kalmaktadır (Tontuş, 2019). Medikal turizm kapsamında sunulan hizmetler arasında basit uygulamaların yanı sıra kalp cerrahisi, diş cerrahisi, eklem replasmanı (diz/kalça) ve estetik ameliyatlara gibi karmaşık özel ameliyatlara bulunmaktadır. Günümüzde alternatif tedaviler, psikiyatrik tedaviler, onkolojik tedaviler, tüp bebek (IVF) uygulamaları, nekahet dönemi bakımı hatta defin hizmetleri de dâhil olmak üzere birçok sağlık hizmeti medikal turizm kapsamında sunulabilmektedir (Edinsel & Adıgüzel, 2014).

Modernizm ve sonraki dönemlerde sağlık alanında imkânların gelişmesiyle birlikte insan ömrünün uzadığı bilinmektedir. Dünyada ve Türkiye’de ortalama yaşam süresinin artması insan ömrünün önemli bir kısmının ileri yaşlarda olması sonucunu doğurmuştur. İleri yaşlarda sağlık sorunları da artmaktadır. Bu durum kamu maliyesine büyük yük getirmektedir. Bundan dolayı medikal turizm devletlerin özellikle teşvik ettiği bir alan haline gelmiştir (Kurar & Baltacı, 2021; Büyük & Akkuş, 2022). Sağlık hizmetleri maliyetlerinin gelişmiş ülkelerde bireyler için çok fazla oluşu, gelişmekte olan ve sağlık hizmetleri açısından belirli bir standarda ulaşmış olan ülkelerin tercih edilmesine sebep olmaktadır. Ülkemiz de bu noktada avantajlı bir konumdadır (Tengilimoğlu, 2021). Bir destinasyonda medikal turizm kapsamında sunulan hizmetlerin yeterliliği, destinasyonun çekiciliği ve sunulan imkânlar, hizmet maliyeti, ulaşım kolaylığı gibi unsurların medikal turistlerin davranışsal niyeti üzerinde etkisi olduğu söylenebilir. Davranışsal niyet kavramı, psikoloji temellidir ve tüketici davranışlarının açıklanmasında başvurulan unsurlardan biri olarak dikkat çekmektedir. En basit şekilde açıklanmaya çalışıldığında tüketici davranışlarının niyetler aracılığıyla tahmin edilmesidir. Smith vd. (1999) davranışsal niyeti sosyal ve ekonomik davranışlar şeklinde iki başlık altında açıklamışlardır. Sosyal davranışsal niyet, şikâyet veya ağızdan ağıza iletişim gibi tüketici davranışlarında kendini göstermektedir Ekonomik davranışsal niyet ise; işletmeleri finansal olarak etkileyen firma sadakati, tekrar satın alma ve daha fazla ödemeye razı olma gibi tüketici davranışlarıdır (Başaran, 2014; Güven, 2018).

Medikal turizmin ülkeler için ekonomik ve sosyal alanlarda sağlayacağı katkı önemli olduğundan medikal turistlerin olumlu bir davranışsal niyet geliştirebilmelerinin sağlanması açısından yapılan araştırmanın önemli olduğu düşünülmektedir. Akademik alandaki çalışmalara bakıldığında turist algıları ve davranışsal niyet arasındaki ilişki bugüne kadar çeşitli turizm türleri açısından incelenmiştir. Yapılan çalışmalar daha çok algılanan hizmet kalitesi, müşteri memnuniyeti ve davranışsal niyet ile ilişkilidir. Literatürde 1900’lerin ortalarından itibaren yer bulan medikal turizm kavramı ile ilgili de pazarlama, ekonomi, politika, etik, teknoloji, sosyal ve kültürel perspektifle yazılmış makaleler bulunmaktadır. Pazarlama teması kapsamında özellikle destinasyon imajı, algılanan değer, memnuniyet, güven, hizmet kalitesi, deneyim, beklentiler, tavsiye etme vb. konuların ele alındığı görülmüştür (Habibi vd., 2021). Medikal turizm algısı ile davranışsal niyet arasındaki ilişkinin belirlenebilmesi medikal turizm pazarlamasının etkin olarak yürütülebilmesi ve bu sektörden

elde edilen payın artırılabilmesi açısından önem taşımaktadır. Bu araştırma ile Türkiye'deki medikal turizm potansiyeline yönelik algının davranışsal niyete etkisini ortaya çıkarmak amaçlanmıştır. Böylece olumsuz algıların ve risk olarak kabul edilen durumların tespit edilmesinin mümkün olabileceği düşünülmektedir.

## **2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE**

Yakın geçmişe kadar gelişmekte olan ülkelerde sunulamayan bazı tedavilerin alınabilmesi amacıyla gelişmiş ülkelere doğru yönelen bir medikal turizm akışı bulunmaktayken günümüzde tersine bir seyir izlenmektedir (Moloğlu, 2015). Bunun en önemli sebeplerinden biri gelişmiş ülkelerde tıbbi tedaviler için belirlenen fiyatların yüksek olmasıdır. Tıbbi uygulamalar için ülkeler arasında oldukça ciddi fiyat farklılıkları söz konusudur (Garcia-Altes, 2005). Gelişmiş ülkelerdeki karar vericiler açısından düşünüldüğünde, daha düşük maliyetlerle vatandaşlarının tedavi olmaları sosyal ve ekonomik açıdan uygun görülmekte ve desteklenmektedir. Ülkeler arasındaki sigorta anlaşmaları sayesinde birçok tıbbi işlem daha uygun fiyatlar karşılığında farklı ülkelere alınabilmektedir. Elbette sağlık söz konusu olduğunda sadece fiyat üzerinden tercih yapma imkânı ortadan kalkmaktadır. Sunulan sağlık hizmetinin kalitesi, akreditasyonu, profesyonel aracı kurum yapılanması, uçuş süresi, hastanın ve yakınlarının tedavi sürecindeki diğer beklentileri gibi birçok unsur önem kazanmaktadır. Destinasyonların sunduğu turizm olanakları da turistler açısından güdüleyicidir (Kurar & Baltacı, 2021).

Medikal turizm ülkelerin dış ve iç turizm ekonomisi açısından artan bir ivmeye sahiptir. Gelişmiş ülkelerde orta gelir düzeyi ve üstündeki kişiler medikal turizmin hedef kitlesini oluştururken, gelişmekte olan ülkelerde hedef kitle daha çok üst gelir düzeyindeki kişilerden oluşmaktadır. Diğer turizm türlerine göre avantajlı bir durumda olan medikal turizm, ülkeler için daha fazla döviz geliri sağlayarak cari açığı kapatıcı rol oynamaktadır. Medikal turizm de gelişmeyi ve bu sayede ekonomik olarak büyümeyi hedefleyen ülke sayısı her geçen gün artmaktadır. Bu sektörde çalışan işgücü, bina ve diğer yatırımlar, ulaşım, konaklama, ilaç ve diğer tıbbi malzeme üretimi, turistik amaçlı geziler ve diğer etkinlikler ile alışveriş vb. unsurlar ülke ekonomisinde topyekûn bir hareketlik ve büyüme meydana getirmektedir. Yapılan araştırmalar, Türkiye'ye gelen bir hastanın sadece tıbbi yardım alabilmek için ortalama 5000-6000 \$ harcama yaptığını ortaya koymaktadır. Bu harcamalara tedavi dışındaki ulaşım, rekreasyon faaliyetleri, refakatçi vb. unsurlar da eklendiğinde medikal turizminin ekonomik açıdan önemi net bir şekilde ortaya çıkmaktadır (Tontuş, 2019).

Davranışsal niyet bir tüketicinin satın alma davranışı sonrasında satın alınan ürünle ilgili ortaya çıkan düşünceleri ve bu düşüncelerin daha sonraki satın alımlar üzerindeki etkisi şeklinde tanımlanabilmektedir. Bu tanım bağlamında tüketici işletmeyi tekrar ziyaret edebileceği gibi çevresindeki insanlara işletmeyi tavsiye edebilir ve gönüllü reklamını yapabilir (Yücenur vd., 2011). Aynı şekilde satın alma davranışı sonunda oluşan düşünceler olumsuz olduğunda ise, işletmenin tekrar ziyaret edilmesi mümkün olmamakla birlikte memnun kalmayan bireyler çevresine memnuniyetsizliklerini bildirerek işletme ya da ürün imajını olumsuz etkileyebilmektedir (Lin & Hsieh, 2005). Nitekim medikal turistler, önceki hastaların kendilerine anlattığı kişisel deneyimlerden etkilenmektedir (Yılmaz & Güneren, 2023).

Bir ülkenin medikal turizm açısından tercih edilmesinde etkisi olan unsurların tespit edilebilmesinin önemli olduğu düşünülmektedir. Bu bağlamda Sevim & Sevim (2019), Çınar & Sivük (2021), Üstün & Uslu (2022), Yılmaz & Güneren (2023) tarafından yapılan araştırmalar ile medikal turizm kapsamında Türkiye'ye gelen turistlerin bu seçimlerinde etkisi olan unsurlar araştırılmıştır. Elde edilen veriler sonucunda medikal turistlerin destinasyon olarak Türkiye'yi seçmelerinde, sunulan

hizmet kalitesinin, hizmet verilen kurumun modernliğinin, sağlık hizmetinin uygun maliyetli olmasının ve Türkiye'nin doğal güzelliklerinin etkili olduğu tespit edilmiştir. Türkiye'yi tercih eden hastaların öncelikle; sağlık tesis ve hizmetleriyle ilgili faktörleri dikkate almaları bu alandaki eksikliklerin giderilebilmesi açısından önemli bir bulgudur. Bu bilgiler doğrultusunda aşağıdaki hipotez oluşturulmuştur.

**H1:** Medikal turizm destinasyonunun yeterlilik algısının medikal turistlerin davranışsal niyeti üzerinde etkisi vardır.

Ülkelerin karşılaştırıldığı araştırmalar da medikal turizm açısından dünyadaki durumun tespit edilebilmesi açısından önemlidir. Alp (2021) tarafından yapılan bir araştırmada Tayland, Hindistan, Türkiye, Malezya, Singapur gibi dünyada en çok tercih edilen medikal turizm destinasyonlarını karşılaştırmalı olarak incelemek amaçlanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre; medikal turizm kapsamında en çok uygulanan medikal işlemler ortopedi, kardiyoloji ve estetik cerrahi olarak belirlenmiştir. Ülkeler arasında yapılan karşılaştırmalar neticesinde Hindistan en fazla hekime sahip olan ülke iken en fazla akreditasyonlu hastane sıralamasında Tayland ilk sırada yer almaktadır. Kişi başına düşen hekim sayısının en yüksek olduğu ülke ise Singapur'dur. Türkiye'nin medikal turizmde tıbbi tedavi maliyeti açısından en avantajlı ülke olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Dinçer vd. (2016) tarafından yapılan bir diğer araştırma da benzer sonuçlara ulaşılmıştır. Bu bilgiler ışığında bir destinasyonun çekicilik algısının önemli olduğu düşünülerek şu hipotez oluşturulabilir:

**H2:** Medikal turizm destinasyonunun çekicilik algısının medikal turistlerin davranışsal niyeti üzerinde etkisi vardır.

Literatür taramasında Türkiye'de yapılan araştırmalarda belli bölgelerin medikal turizm potansiyeli üzerinde yoğunlaştığı görülmüştür (Gökdayı & Polat, 2015; Dökme, 2016; Keleş & Akbaş, 2016; Ergen & Aydemir, 2020; Kurar & Baltacı, 2021). Medikal turistler üzerinde yapılan birçok araştırmada hizmet algısı ve müşteri memnuniyeti ile hastane imajının davranışsal niyet üzerinde doğrudan etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Dursun & Çerçi 2004; Cham vd., 2016; Wang, 2017; Lim vd., 2018; Polat & Aydın, 2021; Jaleel vd., 2021). Destinasyonların sahip olduğu imkânların davranışsal niyet üzerinde etkili olabileceğinden hareketle aşağıda verilen hipotez oluşturulabilir.

**H3:** Medikal turizm destinasyonunun imkân algısının medikal turistlerin davranışsal niyeti üzerinde etkisi vardır.

### **3. YÖNTEM**

Bu çalışmanın amacı, Türkiye'deki medikal turizm potansiyeline yönelik algının davranışsal niyete etkisinin incelenmesidir. Çalışmada araştırma yöntemlerinden nicel yöntem ile veri toplama tekniklerinden anket tekniği kullanılmıştır. Araştırmanın evrenini Türkiye'de yaşayan 18 yaş üstü bireyler oluştururken örneklemini ise kolayda örnekleme yöntemi ile belirlenen 540 kişi oluşturmaktadır. Örneklem hacmi belirlemede literatürde birçok farklı görüş bulunmaktadır. En yaygın görüşe göre; en az 300 kişiye ulaşılması önerilmekte (Tabachnick & Fidell, 2013; Hair vd., 2010) ayrıca anket formundaki madde sayısının 10 katı oranında kişiye ulaşılması gerektiği de belirtilmektedir (Nunnally, 1978; Velicer & Fava, 1998). Her iki görüşe göre araştırma kapsamında elde edilen 540 veri yeterli kabul edilebilir. Veriler çevrimiçi anket yoluyla 2022 Aralık ayı içerisinde toplanmıştır. Anket formu üç bölümden oluşmaktadır. Anket formunun ilk kısmında Karaca vd. (2022) tarafından geliştirilen medikal turizm potansiyeline yönelik algı ölçeği (17 ifade), ikinci kısmında Karaçar (2016) tarafından geçerlilik ve güvenilirliği test edilmiş olan davranışsal niyet ölçeği (dört ifade) ve son kısmında ise araştırmaya katılanların demografik özelliklerini belirlemeye

yönelik sorular yer almaktadır. Anket formunda yer alan ifadelerin değerlendirilmesinde 5’li likert ölçeği (1: Kesinlikle Katılmıyorum-5: Kesinlikle Katılıyorum) kullanılmıştır. Araştırmanın yürütülebilmesi için Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Etik Kurulunun 08.09.2021 tarihli 2021-09-13 no’lu kararı ile etik kurul izni alınmıştır.

#### 4. ANALİZ VE BULGULAR

Araştırmaya katılanların demografik özellikleri ile ilgili tanımlayıcı istatistiki bilgileri Tablo 1’de gösterilmiştir.

**Tablo 1. Katılımcıların demografik özelliklerine yönelik tanımlayıcı istatistikler**

Cinsiyet	f	%	Medeni Durum	f	%
<b>Kadın</b>	316	58,5	Evli	179	33,1
Erkek	224	41,5	Bekar	361	66,9
Yaş	f	%	Eğitim	f	%
<b>18-28</b>	351	65	İlköğretim/Ortaöğretim	29	5,4
29-39	91	16,9	Lise	149	27,6
40-50	49	9,1	Ön Lisans	106	19,6
51 yaş ve üzeri	49	9,1	Lisans	209	38,7
Meslek/Meşguliyet	f	%	Lisansüstü	f	%
Kamu Sektörü	116	21,5	<b>Gelir</b>		
Özel Sektör	75	13,9	5500 TL’den az	284	52,6
Serbest Meslek	26	4,8	5501-7000 TL	65	12
Öğrenci	219	4,8	7001-8500 TL	76	14,1
Ev Hanımı	36	40,6	8501-10.000 TL	50	9,3
Emekli	13	2,4	10.001-10.500 TL	30	5,6
İşsiz	37	6,9	10.501 TL ve üzeri	35	6,5
Diğer	18	3,3			
<b>Toplam</b>	<b>540</b>	<b>100</b>	<b>Toplam</b>	<b>540</b>	<b>100</b>

Tablo 1 incelendiğinde; katılımcıların %58,5’inin kadın, %41,5’inin erkeklerden oluştuğu görülmektedir. Araştırmaya katılanların, %33,1’i evli, %66,9’u bekarıdır. %65’i 18-28 yaş, %16,9’u ise 29-39 yaş aralığındadır. %38,7’si lisans, 27,6’sı lise mezunudur. %40,6’sı ev hanımı iken %21,5’i kamu sektöründe çalışmaktadır. Katılımcıların gelirlerine bakıldığında ise; %52,6’sı 5500 TL’den az bir gelire sahiptir, %14,1’i 7001-8500 TL aralığında gelire sahiptir.

#### 4.1. Normallik Testi Sonuçları

Araştırma kapsamında yapısal eşitlik modellemesinin ön şartlarından olan normal dağılımın test edilmesi için verilere normallik testi yapılmış ve Skewness (çarpıklık) ile Kurtosis (basıklık) değerleri incelenmiştir. Çalışmada kullanılan ölçeğe dair çarpıklık ve basıklık değerleri Tablo 2’de verilmiştir.

**Tablo 2. Faktörlerin çarpıklık ve basıklık değerleri**

Faktörler	n	Ortalama	Standart Sapma	Çarpıklık	Basıklık	Min	Maks
<b>Yeterlilik</b>	540	3,183	1,065	-,090	-,688	1,00	5,00
<b>Çekicilik</b>	540	3,570	,921	-,306	-,297	1,00	5,00
<b>İmkân</b>	540	3,592	,794	-,143	-,051	1,00	5,00
<b>Davranışsal Niyet</b>	540	3,854	,944	-,534	-,245	1,00	5,00

Tablo 2’ye göre verilerin çarpıklık ve basıklık değerleri +1,5 ile -1,5 aralığında yer aldığından normal dağılım gösterdiği anlaşılmaktadır (Tabachnick & Fidell, 2013).

Araştırmada sonraki aşama olarak ölçeklerin geçerlilik ve güvenilirlikleri analiz edilmiştir.

#### 4.2. Ölçek Geçerliliği ve Güvenilirliği Analizi

Araştırma modeli doğrulayıcı faktör analizine tabi tutulmuş ve ölçek geçerliliğine bakılmıştır. Ölçeklerin yakınsak geçerliliğinin test edilebilmesi amacıyla doğrulayıcı faktör analizi kullanılmıştır. Bu analiz ile AVE ve CR değerleri her bir faktör için ayrı ayrı değerlendirilmiştir (Yaşlıoğlu, 2017). Ayrıca ölçeğin güvenilirliği için Cronbach Alfa katsayısı incelenmiştir. Çalışmada kullanılan ölçeğin geçerlilik ve güvenilirliğine dair sonuçlar Tablo 3'te gösterilmiştir.

**Tablo 3. Geçerlilik ve güvenilirliğe yönelik bulgular**

Faktörler	İfadeler	Faktör Yükleri	Cronbach Alfa	AVE	CR
Yeterlilik	YTR2	,894	,866	,715	,909
	YTR3	,847			
	YTR1	,838			
	YTR4	,801			
Çekicilik	CKC3	,813	,837	,608	,885
	CKC1	,792			
	CKC2	,775			
	CKC4	,765			
	CKC5	,753			
İmkân	İMK4	,764	,848	,524	,884
	İMK3	,759			
	İMK5	,743			
	İMK2	,721			
	İMK7	,706			
	İMK1	,686			
Davranışsal Niyet	İMK6	,684	,876	,728	,914
	DVN3	,876			
	DVN4	,868			
	DVN1	,851			
	DVN2	,817			

Tablo 3 incelendiğinde, boyutların güvenilirliğini belirten Cronbach Alfa katsayıları 0,70 değerinin üzerinde gerçekleşmiştir (Hair vd., 2017). Ayrıca Composite Reliability (CR) değeri 0,8'in üzerindedir (Hair vd., 2017). Cronbach Alfa ve CR katsayılarının eşik değerin üzerinde olmasından dolayı modelde iç tutarlılık güvenilirliği sağlandığı söylenebilir. Average Variance Extracted (AVE) değerleri 0,5'in üzerinde ve CR değerleri de AVE değerlerinden yüksek olduğundan modelin yakınsak geçerliliği sağlanmıştır denilebilir (Chin, 1998).

Doğrulayıcı faktör analizine ilişkin uyum iyiliği değerleri incelenmiştir. Uyum iyiliği değerleri bir modelin veri uyumunu belirtmektedir (Meydan & Şeşen, 2015). Araştırmadaki ölçeklerin uyum iyiliği değerleri Tablo 4'te verilmiştir.

**Tablo 4. Ölçeklerin uyum iyiliği değerleri**

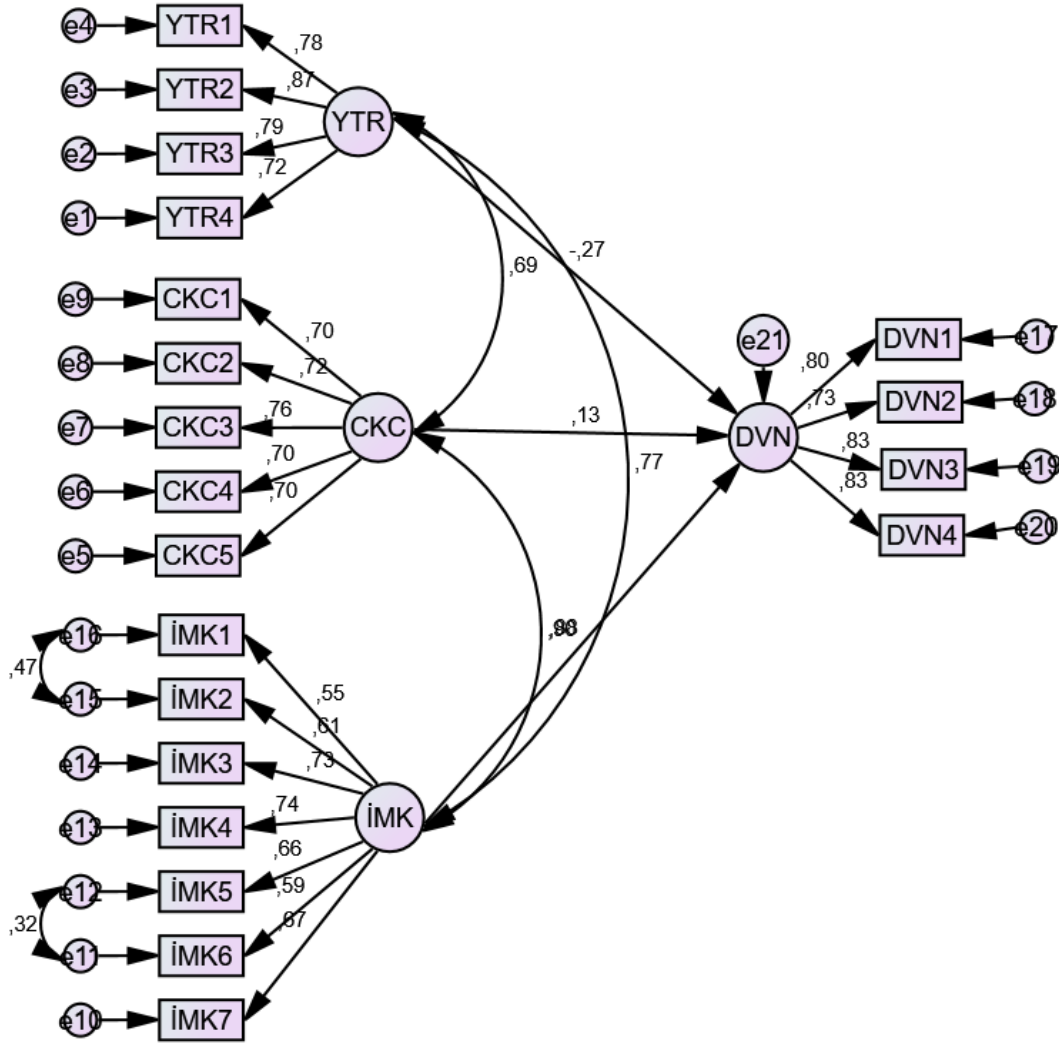
Uyum Ölçütleri	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum	Ölçekler	
			Medikal Turizm Algısı	Davranışsal Niyet
$\chi^2/sd$	$\chi^2/ sd \leq 3$	$\chi^2/ sd \leq 5$	3,371	1,920
NNFI (TLI)	$\geq 0,95$	$\geq 0,90$	,935	,995
CFI	$\geq 0,97$	$\geq 0,95$	,946	,998
RMSEA	$\leq 0,05$	$\leq 0,08$	,066	,041
GFI	$\geq 0,90$	$\geq 0,85$	,916	,996
SRMR	$\leq 0,50$	$\leq 0,80$	,050	,009

**Kaynak:** (Schermelleh-Engel & Moosbrugger, 2003)



Tablo 4 incelendiğinde, davranışsal niyet ölçeği iyi uyum gösterirken medikal turizm algısı ölçeğinin kabul edilebilir uyum gösterdiği görülmektedir. Buna göre araştırmada kullanılan ölçekler veri ile uyum göstermektedir.

Doğrulamalı faktör analizinin ardından yol analizi yapılmıştır. Yol analizi kuramsal olarak kurgulanan modelde değişkenler arasındaki ilişkilerin gücünün ve anlamlılığının test edildiği bir analiz olup bütüncül bir şekilde değişkenler arasındaki ilişkiler ortaya çıkartılmaktadır (Meydan & Şeşen, 2015). Yol analizine yönelik AMOS diyagramı ve sonuçlar Şekil 1’de verilmiştir.



Şekil 1. Yol analizi sonuçları

Yol analizine yönelik uyum iyiliği değerleri Tablo 5’te görülebilir.

Tablo 5. Araştırma modelinin uyum iyiliği değerleri

Uyum Ölçütleri	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum	Araştırma Modeli
$\chi^2/sd$	$\leq 3$	$\leq 5$	<b>2,920</b>
NNFI (TLI)	$\geq 0,95$	$\geq 0,90$	<b>,938</b>
CFI	$\geq 0,97$	$\geq 0,95$	<b>,947</b>
RMSEA	$\leq 0,05$	$\leq 0,08$	<b>,060</b>
GFI	$\geq 0,90$	$\geq 0,85$	<b>,907</b>
SRMR	$\leq 0,50$	$\leq 0,80$	<b>,050</b>

Kaynak: (Schermele-Engel & Moosbrugger, 2003)



Tablo 5'e bakıldığında modelin uyum ölçütlerinden  $\chi^2/sd$ , GFI ve SRMR değerlerinde iyi uyum gösterdiği; CFI, TLI ve RMSEA değerlerinde kabul edilebilir uyum gösterdiği anlaşılmaktadır. Sonuç olarak araştırma modelinin toplanan veri ile uyumlu olduğu söylenebilir.

Yol analizinde yol katsayılarına ilişkin bulgular Tablo 6'da verilmiştir.

**Tablo 6. Yol analizi sonuçları**

Yollar	Standart Regresyon Katsayısı	Standart Hata	Kritik Oran (C.R.)	p
YTR -> DVN	-,234	,063	-3,485	,000
CKC -> DVN	,255	,136	2,294	,022
İMİK -> DVN	,725	,171	5,366	,000

Tablo 6 incelendiğinde, medikal turizme yönelik yeterlilik algısı davranışsal niyeti olumsuz etkilemekteken ( $p= ,000$ ;  $\beta= -,234$ ) medikal turizme yönelik çekicilik algısı ( $p< ,05$ ;  $\beta= ,255$ ) ve imkân algısı ( $p= ,000$ ;  $\beta= ,725$ ) davranışsal niyeti olumlu etkilemektedir. Buna göre  $H_1$ ,  $H_2$  ve  $H_3$  hipotezleri kabul edilmiştir. Nitekim  $H_1$  hipotezinde, medikal turizmde yeterlilik algısının medikal turistlerin davranışları üzerine etkisinin olumsuz olması araştırmanın dikkat çekici bir bulgusudur.

## 5. SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Medikal turizm, bireylerin tıbbi tedaviye ihtiyaç duyduğu ve bunu ikamet ettikleri yerden başka bir yere seyahat ederek aldıkları durumlarda planlanmaktadır. Medikal turizm kapsamında seyahat eden turistlerin destinasyon ve sağlık kuruluşu seçimini etkileyen başlıca faktörler arasında altyapı, maliyet, teknolojik olanaklar, kaliteli tedavi olanakları, bekleme süresinin az olması, alanında uzman doktorların olması, ulaşım imkanları, konaklama şartları gibi unsurlar bulunmaktadır (Bayar, 2019). Bir destinasyonda medikal turizmin gelişmesi için bu unsurların üzerinde durularak geliştirilmesi gerekmektedir. Bu bağlamda çalışmanın amacı, Türkiye'deki medikal turizm potansiyeline yönelik algının davranışsal niyete etkisinin incelenmesidir. Bu amaç doğrultusunda 540 kişiden veri toplanarak SPSS ve AMOS programları aracılığıyla analizler yapılmıştır. Çalışmada ilk olarak yapısal eşitlik modellemesini gerçekleştirmek için verilerin normal dağılım gösterip göstermediği incelenmiş ve verilerin normal dağılım gösterdiği belirlenmiştir. Sonrasında çalışmada kullanılan ölçeklerin güvenilirlik ve geçerlilik analizleri yapılmıştır. Ardından araştırma modeli yol analizi ile test edilmiş ve ilişkiler ortaya konularak hipotezlerin geçerliliğine bakılmıştır. Yol analizi sonuçlarına göre; medikal turizme yönelik çekicilik ve imkân algısının davranışsal niyet üzerinde pozitif bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Literatürde bu bulguyu destekleyen çalışmalar mevcuttur. Kim vd. (2019); uygun fiyatın medikal turizm açısından en önemli faktörlerden birisi olduğunu ifade etmişlerdir. Üstün & Uslu (2022) ise çalışmalarında, Türkiye'yi sağlık turizmi kapsamında ziyaret eden hastaların Türkiye'yi seçiminde etkili olan unsurların Türkiye'nin turizm destinasyonu olması ve Türkiye'de sağlık hizmetlerinin ucuz olması olduğunu belirtmişlerdir.

Araştırmada elde edilen diğer önemli bir sonuç, medikal turizme yönelik yeterlilik algısının davranışsal niyet üzerinde olumsuz bir etkisinin olmasıdır. Yeterlilik algısı; ülkede bulunan doktor sayısı, doktorların niteliği, yabancı dil bilen personel sayısı gibi unsurları ifade etmektedir. Normalde bu şartların varlığı insanların bir hastaneyi tekrar tercih etmesini etkileyen en önemli unsurlardır. Fakat mevcut çalışmada tam tersine bir sonuç çıkmıştır. Mevcut çalışmanın Türkiye'nin medikal turizm potansiyeline yönelik olması ve insanların ülkedeki hastanelerden hizmet alıp yeterli sayıda ve uzmanlığa sahip doktor ve personel olmadığını düşünmelerinden böyle bir sonucun çıkmış olduğu söylenebilir. Ayrıca Akbolat & Deniz (2017), Yiğit & Demirbaş (2020) çalışmalarında; Türkiye'de



medikal hizmetlerin kaliteli olmasına karşın tanıtım, pazarlama ve tutundurma faaliyetlerinin yetersiz olduğunu belirtmişlerdir. Buna göre medikal hizmetlerin ne denli kaliteli olduğunun yeterince bilinmemesinin bu sonucun çıkmasına neden olmuş olabileceği düşünülmektedir. Bu sonuç literatürdeki çalışmaların sonuçları ile farklılık göstermektedir. Borg & Ljungbo (2018), Sevim & Sevim (2019), Dang vd. (2020) tarafından yapılan çalışmalarda; sağlık kuruluşlarının ve sağlık hizmetlerinin kaliteli olmasının hasta tercihlerinde önemli olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Elde edilen bu sonuçlar doğrultusunda medikal turizm potansiyelini artırmak için şu önerilerde bulunulabilir:

- Medikal turizm tesislerinde sunulan medikal hizmetlerin kalitesi iyileştirilmelidir.
- Hastanelerde yeterli sayıda ve uzmanlıkta doktor istihdam edilmelidir.
- Türkiye'ye gelen yabancı hastalara yönelik yabancı dil bilen personel istihdam edilmelidir.
- Medikal turizm alanında uluslararası anlamda tanıtım ve pazarlama faaliyetleri yapılarak medikal hizmetlerin niteliği ön plana çıkartılmalıdır.

Çalışmanın en önemli kısıtları zaman ve maliyettir. Gelecekte yapılacak çalışmalar daha uzun bir zaman dilimine yayılarak yapılabilir. Yine Türkiye ile sınırlı olan bu çalışma farklı ülkelerde tekrarlanabilir, sonuçlar karşılaştırılabilir. Ayrıca yabancı medikal turistlerin Türkiye'deki medikal turizme yönelik algıları araştırılabilir.

#### **KAYNAKÇA**

- Akbolat, M. & Deniz, N. G. (2017). Türkiye'de medikal turizmin gelişimi ve bazı ülkelerle karşılaştırılması. *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1 (2), 123-139.
- Alp, G. (2021). Gelişmekte olan ülkelerde medikal turizm ve karşılaştırmaları. *Journal of Travel and Tourism Research*, 16, 47-79.
- Bayar, K. (2019). Dünyada ve Türkiye'de sağlık turizminin önemi ve gelişimi: Antalya yöresi araştırması (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi). Akdeniz Üniversitesi, Antalya.
- Başaran, Ü. (2014). Algılanan müşteri değeri bileşenlerinin davranışsal niyetler üzerindeki etkisi (Yayımlanmış Doktora Tezi), Bülent Ecevit Üniversitesi, Zonguldak.
- Borg, E. A., & Ljungbo, K. (2018). International market-oriented strategies for medical tourism destinations. *International Journal of Market Research*, 60(6), 621-634.
- Büyük, Ö., & Akkuş, G. (2022). Geriatrik-turizmin üçüncü yaş turizminden ayrılan yönleri ve fizik tedavi rehabilitasyon ve termal tedavilerle ilişkisi, *Journal of Tourism Intelligence and Smartness*, 5(2), 112- 131.
- Cham, T. H., Lim, Y. M., Aik, N. C. & Tay, A. G. M. (2016). Antecedents of hospital brand image and the relationships with medical tourists' behavioral intention. *International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing*, 10(4), 20.
- Chin, W. W. (1998). Commentary: Issues and opinion on structural equation modeling. *MIS quarterly*, 22(1): 7-16.
- Çınar, Ş., & Sivuk, D. (2021). Medikal turistlerin tercihinde etkili olan faktörlerin incelenmesi. *Eurasian Journal of Health Technology Assessment*, 5(2), 79-98.

- Dang, H. S., Nguyen, T. M. T., Wang, C. N., Day, J. D., & Dang, T. M. H. (2020). Grey system theory in the study of medical tourism industry and its economic impact. *International Journal Of Environmental Research and Public Health*, 17(3), 961.
- Dinçer, M. Z., Aydoğan Çiftçi, M. & Karayılan, E. (2016). Gelişmekte olan ülkelerde medikal turizm: Türkiye'nin Tayland, Malezya ve Hindistan'a göre potansiyelinin değerlendirilmesi. *Sosyal Bilimler Dergisi/Journal of Social Sciences*, 40(1), 34-60.
- Dökme, S. (2016). Sağlık turizmi açısından Adana ilinin incelenmesi ve sağlık çalışanlarının medikal turizm faaliyetlerine bakış açısı: Bir hastane örneği (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Kahramanmaraş.
- Dursun, Y. & Çerçi, M. (2004). Algılanan sağlık hizmeti kalitesi, algılanan değer, hasta tatmini ve davranışsal niyet ilişkileri üzerine bir araştırma, *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 23, 1-16.
- Edinsel, S., & Adıgüzel, O. (2014). Türkiye'nin sağlık turizmi açısından son beş yıldaki dünya ülkeleri içindeki konumu ve gelişmeleri. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4(2), 167- 190.
- Ergen, F. D. & Aydemir, B. (2020). Medikal turizm girişimciliği: İstanbul örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 1607-1623.
- Garcia-Altes, A. (2005). The development of health tourism services. *Annals of Tourism Research*, 32(1), 262–266
- Gökdayı, İ. & Polat, M. (2015). Isparta'da medikal turizmin yapılabilirliği üzerine bir çalışma. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 17(29), 9-16.
- Güven, Ö. Z. (2018). Paket tur kapsamında sunulan hizmetlerin kalitesinin davranışsal niyet üzerine etkileri: Yurt dışı paket tur satın alan yerli turistler üzerinde bir araştırma. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(2), 657-674.
- Habibi, A., Mousavi, M., Jamali, S. M. & Ale Ebrahim, N. (2021). A bibliometric study of medical tourism. *Anatolia*, 33(3), 415-425.
- Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. & Sarstedt, M. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) (2nd ed)*. Sage publications.
- Hair, J., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis (7th ed.)*. Pearson Education International.
- Jaleel, A., Yajid, M., Khatibi, A. & Azam, S. (2021). Assessing the interrelationships between customer satisfaction, perceived value and behavioral intention among maldivians seeking medical care within medical tourism services: Empirical evidence from the maldives. *Management Science Letters*, 11(6), 1845-1854.
- Karaca, Ş., Özkan Önem, E. & Yıldız, M. (2022). Medikal turizm potansiyeline yönelik algı ölçeğinin geliştirilmesi. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 25(2), 170-193.
- Karaçar, E. (2016). Rekreatif faaliyetlerde çevreye yönelik tutumların ve destinasyon imajının tekrar ziyaret niyetine etkisi: Ilgaz dağı milli parkı örneği (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Gazi Üniversitesi, Ankara.

- Keleş, Y., & Akbaş, Y. Z. (2016). Yozgat ilinin termal turizm potansiyelinin 2023 turizm vizyonu kapsamında incelenmesi. *Uluslararası Bozok Sempozyumu*, 5(7), 63-70.
- Kim, S., Arcodia, C., & Kim, I. (2019). Critical success factors of medical tourism: The case of South Korea. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(24), 4964.
- Kruja, D. & Gjyzezi A. (2011). The special interest tourism development and the small regions, *Turizam*, 15(2): 77-89.
- Kurar, İ. & Baltacı, F. (2021). Medikal turizm potansiyeli üzerine nitel bir araştırma: Antalya örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 176-199.
- Lim, Y.M, Cham, T.H. & Sia, B.C. (2018). Medical tourists' behavioral intention in relation to motivational factors and perceived image of the service providers. *International Academic Journal of Organizational Behavior and Human Resource Management*, 5(3), 1-16.
- Lin, J. S. C. & Hsieh, P. L. (2005). The influence of technology readiness on satisfaction and behavioral intentions toward self-service technologies. *Computers in Human Behavior*, 23(3), 1597-1615.
- Meydan, H. C. & Şeşen, H. (2015). *Yapısal eşitlik modellemesi AMOS uygulamaları*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Moloğlu, V. (2015). Yükselen bir değer olan medikal turizmin Türkiye ekonomisine katkısı, In *International Conference on Eurasian Economies* (pp. 673-680).
- Nunnally, J.C. (1978). *Psychometric theory*. New York: McGraw-Hill.
- Polat, G. & Aydın, Ş. (2021). Medikal turistlerin deneyimleme kalite algıları ve tavsiye etme niyeti arasındaki ilişkide müşteri güveni ve müşteri memnuniyetinin aracılık rolü (Yayınlanmamış Doktora Tezi) Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Nevşehir.
- Schermelleh-Engel, K., & Moosbrugger, H. (2003). Evaluating the fit of structural equation models: Tests of significance and descriptive goodness-of-fit measures. *Methods of Psychological Research Online*, 8(2), 23-74.
- Sevim, E., & Sevim, E. (2019). Medikal turizm tercihini etkileyen faktörlerin incelenmesi: Türkiye örneği. *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 22(3), 633-652.
- Smith, A. K., Bolton, R. N., & Wagner, J. (1999). A model of customer satisfaction with service encounters involving failure and recovery. *Journal of marketing research*, 36(3), 356-372.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L.S. (2013). *Using multivariate statistics*. Pearson.
- Tengilimoğlu, D. (2021). Sağlık turizmi ve devlet teşvikleri. *Journal of Life Economics*, 8(1), 1-10.
- Tengilimoğlu, D., & Zekioğlu, A. (2020). Dünyada ve Türkiye’de medikal turizm. Tengilimoğlu, D. (Editör), *Sağlık turizmi (3. baskı)* içinde. Siyasal Kitabevi, Ankara.
- Tontuş, H. Ö. (2019). Tüm Yönleriyle Sağlık Turizmi. Satürk, [https://www.researchgate.net/publication/333816088\\_Saglik\\_Turizmi\\_Nedir](https://www.researchgate.net/publication/333816088_Saglik_Turizmi_Nedir), Erişim Tarihi: 10.01.2021.
- Üstün, U., & Uslu, Y. D. (2022). Türkiye’nin sağlık turizminde tercih edilme nedenleri üzerine bir çalışma: Medikal turizm endeksi. *Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi*, 33, 344-353.

- Velicer, W. F., & Fava, J.L. (1998). Effects of variable and subject sampling on factor pattern recovery. *Psychological Methods*, 3(2), 231-251.
- Wang, Y. H. (2017). Expectation, service quality, satisfaction, and behavioral intention-evidence from Taiwan's medical tourism industry. *Advances in Management and Applied Economics*, 7(1), 1.
- Yaşloğlu, M. M. (2017). Sosyal bilimlerde faktör analizi ve geçerlilik: Keşfedici ve doğrulayıcı faktör analizlerinin kullanılması. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 46, 74-85.
- Yılmaz, V., & Güneren, E. (2023). Determining destination competitiveness in medical tourism: A study based on AHP-QFD framework. *Journal of multidisciplinary academic tourism*, 8(2), 141-157.
- 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.
- Yücenur, G. N., Demirel, N. Ç., Ceylan, C. & Demirel, T. (2011). Hizmet değerinin müşterilerin davranışsal niyetleri üzerindeki etkisinin yapısal eşitlik modeli ile ölçülmesi. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 12(1), 156-168.

---

**Yazar(lar) Hakkında/About Author(s)**

---

**Şükran KARACA/ sukrankaraca@gmail.com**

Doktorasını ve yüksek lisansını Sivas Cumhuriyet Üniversitesi'nde tamamladı. Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Bölümünde Doçent olarak görev yapmaktadır. Çalışma alanları turizm ve pazarlamadır.

**Öğr. Gör. Esra ÖZKAN ÖNEM/ eozkanonem@cumhuriyet.edu.tr**

Yüksek lisansını Sivas Cumhuriyet Üniversitesi'nde tamamladı. Halen İstanbul Gelişim Üniversitesi'nde doktorasına devam etmektedir. Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümünde Öğretim Görevlisi olarak görev yapmaktadır. Çalışma alanları turizm ve gastronomidir.

**Öğr. Gör. Muhammed YILDIZ/ muhammedyildiz@cumhuriyet.edu.tr**

Muhammed YILDIZ yüksek lisansını Aydın Adnan Menderes Üniversitesi'nde tamamladı. Halen Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi'nde doktorasına devam etmektedir. Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümünde Öğretim Görevlisi olarak görev yapmaktadır. Çalışma alanları turizm ve gastronomidir.

ETİK BEYAN FORMU	
<b>Araştırma Desteği Bilgisi:</b> Araştırma desteği alınmamıştır.	
<b>Etik Kurul Onay Durumu</b>	
<input checked="" type="checkbox"/> Etik kurul onayı gerekmektedir.	
<b>Etik Kurul Raporunu Veren Kurum</b>	
Sivas Cumhuriyet Üniversitesi	
<b>Etik kurul raporu karar tarihi:</b> 08.09.2021	<b>Karar Sayı No:</b> 2021-09-13
<input type="checkbox"/> Etik kurul onayı gerekmemektedir. Nedeni aşağıda belirtilmiştir.	
<input type="checkbox"/> Veriler 2020 tarihinden önce toplandığından etik kurul izni alınmamıştır.	
<input type="checkbox"/> Çalışmada kullanılan yöntem etik kurul izni gerektirmemektedir.	
<b>Yazar(lar)ın Katkı Oranı</b>	
1.Yazar: %34	
2.Yazar %33	
3.Yazar %33	
<b>Bilgilendirilmiş Onam Formu:</b> Tüm taraflar kendi rızaları ile çalışmaya dâhil olmuşlardır.	