



SİVAS CUMHURİYET ÜNİVERSİTESİ

Sosyal Bilimler Enstitüsü

Sağlık Turizmi İşletmeciliği Anabilim Dalı

**SİVAS'TA SAĞLIK TURİZMİ FAALİYETİNDE BULUNAN
TURİSTLERİN PROFİLLERİNİN BELİRLENMESİ ÜZERİNE
BİR ARAŞTIRMA**

Yüksek Lisans Tezi

Hazel ASLAN

SİVAS

Mayıs 2025

SİVAS CUMHURİYET ÜNİVERSİTESİ

Sosyal Bilimler Enstitüsü

Sağlık Turizmi İşletmeciliği Anabilim Dalı

**SİVAS'TA SAĞLIK TURİZMİ FAALİYETİNDE BULUNAN
TURİSTLERİN PROFİLLERİNİN BELİRLENMESİ ÜZERİNE
BİR ARAŞTIRMA**

Yüksek Lisans Tezi

Hazel ASLAN

Tez Danışmanı

Doç. Dr. Mustafa IŞKIN

SİVAS

Mayıs 2025

ETİK İLKELERE UYGUNLUK BEYANI

Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü bünyesinde hazırladığım bu yüksek lisans tezinin bizzat tarafımdan ve kendi sözcüklerimle yazılmış orijinal bir çalışma olduğunu ve bu tezde;

- 1- Çeşitli yazarların çalışmalarından faydalandığımda bu çalışmaların ilgili bölümlerini doğru ve net biçimde göstererek yazarlara açık biçimde atıfta bulunduğumu;
- 2- Yazdığım metinlerin tamamı ya da sadece bir kısmı, daha önce herhangi bir yerde yayımlanmışsa bunu da açıkça ifade ederek gösterdiğimi;
- 3- Başkalarına ait alıntılanan tüm verileri (tablo, grafik, şekil vb. de dahil olmak üzere) atıflarla belirttiğimi;
- 4- Başka yazarların kendi kelimeleriyle alıntıladığım metinlerini, tırnak içerisinde veya farklı dizerek verdiğim yine başka yazarlara ait olup fakat kendi sözcüklerimle ifade ettiğim hususları da istisnasız olarak kaynak göstererek belirttiğimi,

beyan ve bu etik ilkeleri ihlal etmiş olmam halinde bütün sonuçlarına katlanacağımı kabul ederim.

....../....../2025

Hazel ASLAN

TEŞEKKÜR

Bu çalışmanın gerçekleştirilmesi süresince çok değerli önerileri ve destekleri için tez danışmanım Sayın Doç. Dr. Mustafa IŞKIN' a, araştırmamın oluşum sürecinde özgün fikirleriyle bana yol gösteren kıymetli kuzenim İsmail YILMAZ' a beni destekleyen eşim Metin ASLAN, çocuklarım Yiğit Efe ASLAN ve Begüm ASLAN'a teşekkür ederim. Yaşamım boyunca maddi ve manevi desteğini benden esirgemeyen annem Melahat GİRDAL' a, babam Hasan GİRDAL' a ve kardeşlerime sonsuz teşekkür ederim.

Hazel Aslan

Sivas, 2025



İÇİNDEKİLER

İÇİNDEKİLER	i
KISALTMALAR	v
TABLO LİSTESİ	vii
ÖZET.....	xi
ABSTRACT	xiii
GİRİŞ	1
BİRİNCİ BÖLÜM.....	3
1.TURİZM VE TURİST KAVRAMI.....	3
1.1. Turizm Çeşitleri.....	5
1.1.1. Ziyaret Edilen Yere Göre Turizm Çeşitleri	6
1.1.1.1. İç Turizm.....	6
1.1.1.2. Dış Turizm	8
1.1.2. Katılımcı Sayısına Göre Turizm Faaliyetleri.....	10
1.1.2.1. Bireysel Turizm.....	10
1.1.2.2. Grup Turizmi.....	10
1.1.2.3. Kitle Turizmi.....	11
1.1.3. Katılımcıların Sosyo-Ekonomik Durumlarına Göre Turizm Faaliyetleri	11
1.1.3.1. Sosyal Turizm	11
1.1.3.2. Lüks Turizm	12
1.1.4. Sezon Bakımından Turizm Faaliyetleri	13
1.1.5. Katılımcıların Yaş Durumlarına Göre Turizm Faaliyetleri	13
1.1.5.1. Gençlik Turizmi	13

1.1.5.2. Orta Yaş Turizmi	14
1.1.5.3. Üçüncü Yaş Turizmi.....	15
1.1.6. Katılımcının Amaçlarına Göre Turizm Faaliyetleri.....	15
1.1.6.1. Sağlık Turizmi.....	15
1.1.6.2. Kongre Turizmi	16
1.1.6.3. Kültür Turizmi.....	16
1.1.6.4. İnanç Turizmi	17
1.1.6.5. Kış Turizmi	18
1.1.6.6. Mağara Turizmi.....	18
1.1.6.7. Akarsu Turizmi.....	19
1.1.6.8. Yayla Turizmi	19
1.1.6.9. Yat Turizmi.....	20
İKİNCİ BÖLÜM	21
2. SAĞLIK TURİZMİ VE TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI.....	21
2.1. Sağlık Turizmi	21
2.1.1. Sağlık Turizmi Çeşitleri.....	22
2.1.1.1. Medikal Turizm.....	22
2.1.1.2. Termal Turizm	23
2.1.1.3. İleri Yaş ve Engelli Turizmi	25
2.1.1.3.1. İleri Yaş Turizmi.....	25
2.1.1.3.2. Engelli Turizmi	27
2.1.1.4. SPA & Wellness Turizmi.....	31
2.1.2. Dünya’da Sağlık Turizmi.....	32
2.1.2.1. Hindistan	33
2.1.2.2. Brezilya	35

2.1.2.3. Malezya.....	36
2.1.2.4. Tayland.....	37
2.1.2.5. Singapur	38
2.1.3. Türkiye’de Sağlık Turizmi	39
2.1.3.1. Sivas’ta Sağlık Turizmi.....	42
2.1.3.2. Sivas’ta Termal Turizm.....	43
2.2. Tüketici Davranışları.....	44
2.2.1. Tüketici davranışlarını etkileyen psikolojik faktörler:	44
2.2.2. Tüketici davranışını etkileyen sosyokültürel faktörler:	45
2.2.3. Tüketici davranışını etkileyen demografik faktörler:	45
2.2.4. Tüketicinin satın alma davranışı.....	45
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM	47
3.1. Yöntem	47
3.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi.....	48
3.3. Çalışmanın Sınırlılıkları	49
3.4. Çalışmanın Evren ve Örneklemi	49
3.5. Araştırmanın Modeli	50
3.6. Araştırma Ölçeği ve Veri Toplama Yöntemi	51
3.7. Ölçeğin Güvenilirliğine İlişkin Bulgular.....	54
DÖRDÜNCÜ BÖLÜM	55
4. BULGULAR VE YORUMLAR	55
4.1. Demografik Özelliklere İlişkin Bulgular.....	55
TARTIŞMA, SONUÇ ve ÖNERİLER.....	73
KAYNAKÇA	77
EKLER.....	85

EK 1 Anket formu	85
ÖZGEÇMİŞ	89

KISALTMALAR

ABAV	: Brezilya Seyahat Acenteleri Birliği
ABRATUS	: Brezilya Sağlık Turizmi Derneği
BM	: Birleşmiş Milletler
BRAZTOA	: Brezilya Turizm Operatörleri Birliği
DPI	: Destinasyon Performans Endeksi
DSÖ	: Dünya Sağlık Örgütü
DTÖ	: Dünya Turizm Örgütü
ILO	: Uluslararası Çalışma Örgütü
ISAPS	: Uluslararası Estetik Plastik Cerrahi Derneği
JCI	: Joint Commıssion International
ÖİB	: Özürlüler İdaresi Başkanlığı
s.	: Sayfa
SBCP	: Brezilya Plastik Cerrahi Derneği
TDK	: Türk Dil Kurumu
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
WHF	: World Handicapped Foundation
WHO	: World Health Organization
WTO	: World Trade Organization

TABLO LİSTESİ

Tablo 1. Türkiye'nin İç Turizm Verileri, (2022-2023)	7
Tablo 2. Dünyanın en çok ziyaret edilen 20 ülkesi (2023).....	8
Tablo 3. 2023 Kişi Başı Ortalama Harcama, IV Çeyrek	9
Tablo 4. Yaşlı nüfus oranının en yüksek ve en düşük olduğu 5 ülke, 2023.....	26
Tablo 5. Türkiye 2023 Kasım ayı raporuna göre engelli kişi sayısı;	29
Tablo 6. Türkiye 2023 Kasım Ayı Raporuna Göre Ulusal Veri Sistemine Kayıtlı Olan Engelli Kişi Sayısı	29
Tablo 7. Türkiye’de Yaşa Göre Engelli Birey Oranı;	30
Tablo 8. İşgücü katılım oranı 2023;.....	30
Tablo 9. Türkiye’ye Gelen Sağlık Turist Sayıları 2015-2023	41
Tablo 10. Sağlık Turizm Gelirleri;.....	41
Tablo 11. Demografik Özelliklere İlişkin Frekans Dağılım Tablosu.....	55
Tablo 12. Cinsiyete Göre Sağlık Turizmi Maliyetinin Önem Düzeyinin Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin T Testi Sonuçları;	58
Tablo 13. Yaşa Göre Sağlık Turizmi Maliyetinin Önem Düzeyinin Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin ANOVA Testi Sonuçları;.....	58
Tablo 14. Cinsiyete Göre Sağlık Turizminde Tedaviye Erişim Süresinin Önem Düzeyinin Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin T Testi Sonuçları;	59
Tablo 15. Cinsiyete Göre Reklamın Sağlık Turizmi İşletmesinde Önem Düzeyinin Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin T Testi Sonuçları;.....	59
Tablo 16. Cinsiyete Göre Personelin Görünüşünün Sağlık Turizminden Faydalanan İnsanların Önem Düzeyinin Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin T Testi Sonuçları;.....	60

Tablo 17. Cinsiyetlerine Göre Sağlık Turizminden Faydalanan İnsanların Medikal Sağlık Turizmi İşletmesinde Önem Düzeyinin Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin T Testi Sonuçları;.....	60
Tablo 18. Cinsiyete Göre Sağlık Turizminden Faydalanan İnsanların Sağlık Turizmi İşletmesinin Şehir Merkezinde Olmasının Önem Düzeyinin Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin T Testi Sonuçları;.....	61
Tablo 19. Cinsiyetlerine Göre Sağlık Turizminden Faydalanan İnsanların Medikal Sağlık Turizmi İşletmesinin Konaklama İşletmelerine Olan Yakınlığı Önem Düzeyinin Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin T Testi Sonuçları;.....	61
Tablo 20. Yaşa Göre Sağlık Turizmi İşletmelerinin Konaklama İşletmelerine Yakınlığının Önem Düzeyinin Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin ANOVA Testi Sonuçları;.....	62
Tablo 21. Cinsiyete Göre Sağlık Turizminden Faydalanan İnsanların Sağlık Turizmi İşletmesinde Sunulan İkramların Önem Düzeyinin Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin T Testi Sonuçları;.....	62
Tablo 22. Cinsiyete Göre Sağlık Turizminden Faydalanan İnsanların Sağlık Turizmi İşletmesinde Helal Sertifikası Algılarının Önem Düzeyinin Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin T Testi Sonuçları;.....	63
Tablo 23. Cinsiyete Göre Sağlık Turizminden Faydalanan İnsanların Sağlık Turizminin Termal Turizm Olarak Algılanmasının Önem Düzeyinin Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin T Testi Sonuçları;.....	63
Tablo 24. Cinsiyete Göre Sağlık Turizminden Faydalanan İnsanların Sağlık Turizminin Medikal Turizm Olarak Algılanmasının Önem Düzeyinin Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin T Testi Sonuçları;.....	64
Tablo 25. Cinsiyete Göre Sağlık Turizminden Faydalanan İnsanların Sağlık Turizminin SPA ve Wellnes Turizm Olarak Algılanmasının Önem Düzeyinin Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin T Testi Sonuçları;	64
Tablo 26. Yaşa Göre Sağlık Turizmi SPA ve Wellnestir Olarak Algılanmasının Düzeyinin Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin ANOVA Testi Sonuçları;.....	65

Tablo 27. Cinsiyete Göre Sağlık Turizminden Faydalanan İnsanların Sağlık Turizminin Yaşlı Bakımı ve Engelli Turizm Olarak Algılanmasının Önem Düzeyinin Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin T Testi Sonuçları;	66
Tablo 28. Cinsiyete Göre Sağlık Turizminden Faydalanan İnsanların Sağlık Turizmini İstektir Olarak Algılanma Düzeyinin Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin T Testi Sonuçları;.....	66
Tablo 29. Yaşa Göre Sağlık Turizmi istektir Düzeyinin Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin ANOVA Testi Sonuçları;	67
Tablo 30. Cinsiyete Göre Sağlık Turizminden Faydalanan İnsanların Sağlık Turizmini İhtiyaçtır Olarak Algılanma Düzeyinin Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin T Testi Sonuçları;.....	67
Tablo 31. Yaşa Göre Sağlık Turizmi İhtiyaçtır Düzeyinin Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin ANOVA Testi Sonuçları;.....	68
Tablo 32. Cinsiyete Göre Sağlık Turizminden Faydalanan İnsanların Sağlık Turizmini İşletmesinin Ergonomik Yapısının Önem Düzeyinin Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin T Testi Sonuçları;.....	68
Tablo 33. Cinsiyete Göre Sağlık Turizminden Faydalanan İnsanların Sağlık Turizmini Sağlık Personeli ve Destek Personeli Seçme Konusunda Fikirlerinin Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin T Testi Sonuçları;	69
Tablo 34. Cinsiyete Göre Sağlık Turizminden Faydalanan İnsanların Kullanılan Malzemelerin Son Kullanma Tarihine Önem Düzeyinin Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin T Testi Sonuçları;.....	69
Tablo 35. Cinsiyete Göre Sağlık Turizminden Faydalanan İnsanların Sağlık Turizmi İşletmelerinde Refakatçi Alınması Önem Düzeyinin Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin T Testi Sonuçları;.....	70
Tablo 36. Cinsiyete Göre Sağlık Turizminden Faydalanan İnsanların Mahremiyet Nedeniyel Hemcinsinden Hizmet Alma Önem Düzeyinin Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin T Testi Sonuçları;.....	70

Tablo 37. Cinsiyete Göre Sağlık Turizminden Faydalanan İnsanların Sağlık Turizm İşletmesinde Ödeme Yöntemlerinin Önem Düzeyinin Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin T Testi Sonuçları;	71
Tablo 38. Cinsiyete Göre Sağlık Turizminden Faydalanan İnsanların Sağlık Turizm İşletmesinde Hizmet Alınan Odada TV ve İnternet Olmasının Önem Düzeyinin Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin T Testi Sonuçları;	71

ÖZET

Bu çalışma, Sivas ilinde sağlık turizmine katılan bireylerin demografik profillerini inceleyerek, sağlık turizminin bölgedeki potansiyelini ortaya koymayı amaçlamıştır. Araştırma kapsamında Sivas'ta yaşayan ya da sağlık hizmeti almak üzere şehre gelen 404 katılımcı ile 5'li Likert ölçeği kullanılarak veri toplanmıştır.

Nicel araştırma yönteminin benimsendiği çalışmada, elde edilen verilere normallik testleri uygulanmış ve dağılımın normal olduğu tespit edilmiştir. Bu doğrultuda parametrik testler ile analizler gerçekleştirilmiştir. Analiz sonuçları, katılımcıların %76.7'sinin sağlık turizmine katıldığını göstermektedir. Kadınların sağlık turizmine katılım oranı erkeklere göre daha yüksek çıkarken, maliyet algısının kadınlarda daha düşük olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların büyük bir kısmı sağlık turizmini pahalı bulsa da, özellikle orta yaş grubunun ve yüksek öğrenim düzeyine sahip bireylerin sağlık turizmine ilgisinin yüksek olduğu görülmüştür.

Sivas'ın termal kaynakları, ekonomik avantajları ve düşük nüfusu ile sağlık turizmi için ciddi bir potansiyele sahip olduğu ortaya konulmuştur. Bulgular, ilin sağlık turizmi kapsamında geliştirilmesi ve tanıtımın artırılması gerektiğini göstermektedir. Çalışma sağlık turizmi alanında Sivas özelinde yapılan ilk araştırmalardan biri olup, literatüre katkı sağlamakta ve gelecekte yapılacak çalışmalara yol göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Sivas'ta Termal Turizm Avantajı, Sağlık Turizm Potansiyeli, Sağlık Turizm Tüketimi

ABSTRACT

This study aims to explore the potential of health tourism in the province of Sivas by analyzing the demographic profiles and consumer behaviors of individuals participating in health tourism. As part of the research, quantitative data were collected through a structured questionnaire utilizing a five-point Likert scale, administered to 404 participants who either reside in Sivas or visited the city to receive healthcare services.

In the study, which adopted a quantitative research method, normality tests were applied to the obtained data, and it was normal. Accordingly, parametric tests were used for the analysis. The analysis results show that 76.7% of the participants engaged in health tourism. It was found that the participation rate of women in health tourism is higher than that of men, while the cost perception is lower among women. Although a large portion of the participants found health tourism expensive, it was observed that individuals in the middle-aged group and those with higher education levels showed greater interest in health tourism.

It has been revealed that Sivas possesses significant potential for health tourism due to its thermal resources, economic advantages, and low population density. The findings indicate that the development and promotion of health tourism in the region should be enhanced. This study is one of the first conducted specifically on health tourism in Sivas, contributing to the literature and providing guidance for future research in the field.

Keywords: Thermal Tourism Advantage in Sivas, Health tourism Potential, Health tourism consumption

GİRİŞ

Turizm, tarihsel süreçte bireylerin farklı coğrafyalara seyahat ederek çeşitli ihtiyaçlarını karşılamalarıyla şekillenmiş ve gelişmiştir. Bu kapsamda sağlık turizmi, temel amacı sağlıkla ilgili ihtiyaçların giderilmesi olan bir seyahat türü olarak öne çıkmaktadır. Her ne kadar kökenleri antik çağlara kadar uzansa da, sağlık turizmi kavramı özellikle son yıllarda küresel ölçekte daha fazla ilgi görmeye başlamıştır (Connell 2006). Bireyler, sağlıklı yaşamlarını sürdürmek, mevcut sağlık problemlerine çözüm aramak veya tedavi olmak gibi nedenlerle farklı ülke ve bölgelere seyahat ederek sağlık turizmi faaliyetlerine katılmaktadırlar.

Bu tür seyahatlerin hem tarihsel dönemlerde hem de günümüzde ülkelerin ekonomik kalkınmalarına kayda değer katkılar sağladığı görülmektedir. Sağlık turizmi, yalnızca hastanelere değil; konaklama, ulaşım, danışmanlık ve sigorta gibi pek çok sektöre de ekonomik hareketlilik kazandırmakta ve bu yönüyle çok sektörlü bir kalkınma potansiyeli oluşturmaktadır (Han ve Hyun 2015).

Son yıllarda yaşanan teknolojik gelişmeler ve ulaşım altyapısındaki iyileşmeler, dünya genelinde turizm sektörünün hızlı bir şekilde büyümesine olanak sağlamış; bu durum turizm pazarının da küresel ölçekte genişlemesine yol açmıştır. Ancak 2019 yılında ortaya çıkan Covid-19 pandemisi, diğer pek çok sektör gibi turizmi de derinden etkilemiş ve ciddi bir duraksamaya neden olmuştur. Tüm dünyada uygulanan seyahat kısıtlamaları, karantina uygulamaları ve sağlık önlemleri turistik hareketliliği geçici olarak sekteye uğratmıştır. Buna rağmen turizm sektörü, 2021 yılında küresel Gayri Safi Yurtiçi Hasıla'ya (GSYİH) yaklaşık 9,2 trilyon dolarlık katkı sağlayarak ekonomik önemini sürdürmüştür (World Travel & Tourism Council [WTTC] 2021). Bu veriler, turizmin ülkelerin ekonomik sürdürülebilirliğinde vazgeçilmez bir rol oynadığını açık biçimde ortaya koymaktadır.

Türkiye, son yıllarda sağlık turizmi alanında uyguladığı politikalar, sağlık altyapısına yaptığı yatırımlar ve uluslararası akreditasyonlara sahip hastane sayısındaki artışla küresel sağlık turizmi pazarında rekabet gücünü artırmıştır. Sağlık Bakanlığı'nın desteklediği kamu-özel iş birlikleri ile kurulan şehir hastaneleri, ileri

teknoloji donanımları ve hasta memnuniyetine dayalı hizmet anlayışıyla dikkat çekmektedir (T.C. Sağlık Bakanlığı 2022). Ayrıca Türkiye, 2023 yılı itibarıyla 40'tan fazla Joint Commission International (JCI) akreditasyonuna sahip hastaneye ev sahipliği yapmakta ve bu sayede kalite standardizasyonu konusunda pek çok ülkenin önüne geçmektedir (JCI 2023). Uygun maliyetli tedavi seçenekleri, kısa bekleme süreleri ve sağlık personelinin yüksek niteliği, Türkiye'nin medikal turizmde tercih edilen bir destinasyon olmasına katkı sağlamaktadır.

Bu bağlamda, Anadolu'nun önemli şehirlerinden biri olan Sivas, özellikle termal kaynakları ve jeopolitik konumu sayesinde sağlık turizmi alanında öne çıkan bölgeler arasında yer almaktadır. Sivas'ta sağlık turizmi potansiyelinin belirlenmesi amacıyla gerçekleştirilen bu çalışmada, 404 katılımcının görüşlerine başvurularak, bölgedeki sağlık turizmi beklentileri ve talepleri ölçülmüştür.

Çalışmanın birinci bölümünde, turizm ve sağlık turizmi kavramları ile sağlık turizmi çeşitlerine yer verilmiştir. İkinci bölümde, dünya genelinde ve Türkiye özelinde sağlık turizmi gelişimi incelenmiş; ayrıca Sivas'ta sağlık turizmi faaliyetleri ve tüketici davranışları hakkında bilgi sunulmuştur. Üçüncü ve son bölümde ise, Sivas'ta sağlık turizmüne katılan turistlerin profilleri, tüketici davranışları detaylı analizlerle ortaya konmuş ve elde edilen bulgular ışığında değerlendirmeler yapılmıştır.

Bu araştırmanın Sivas ili özelinde sağlık turizmi üzerine yapılan ilk çalışmalardan biri olması hem literatüre katkı sağlaması hem de ilerleyen dönemlerde yapılacak çalışmalara yol gösterici olması açısından önem arz etmektedir.

BİRİNCİ BÖLÜM

1.TURİZM VE TURİST KAVRAMI

İnsanlar tarih boyunca ticaret, dini ibadetler, keşifler ve sağlık arayışı gibi çeşitli nedenlerle bulundukları coğrafyadan farklı bölgelere seyahat etmişlerdir (Kozak, Kozak 2008). Bu tarihsel seyahatler, zamanla daha organize hâle gelmiş ve modern turizmin temellerini oluşturmuştur. Günümüzde ise ulaşım teknolojilerindeki gelişmeler, bireylerin gelir düzeyindeki artış ve dijital bilgiye erişim olanakları turizm sektörünün küresel ölçekte hızlı bir büyüme göstermesini sağlamıştır. Özellikle internetin yaygınlaşması, bireylerin seyahat planlarını daha bilinçli yapmalarına olanak tanımakta ve turizm hareketliliğini artırmaktadır (World Tourism Organization [UNWTO] 2020).

Turizm kavramı, tarih boyunca farklı perspektiflerle tanımlanmış olmakla birlikte, bu tanımlar genel olarak bireylerin ikamet ettikleri yerin dışına, geçici bir süreyle ve çeşitli amaçlarla gerçekleştirdikleri seyahatleri kapsar. Dünya Turizm Örgütü'ne (World Tourism Organization [UNWTO] 2020) göre turizm; bireylerin normal yaşadıkları çevre dışında bir yere, eğlenme, iş, sağlık gibi çeşitli amaçlarla geçici süreliğine seyahat etmeleri ve bu süreçte ekonomik faaliyetlerde bulunmalarıdır. Türk Dil Kurumu (TDK 2023) ise turizmi, eğlenme, görme, tanıma gibi amaçlarla yapılan geziler bütünü olarak tanımlamaktadır. Benzer şekilde Kozak ve Kozak (2008), turizmi bireylerin dinlenme, eğlenme, kültürel ve sosyal amaçlarla yaptıkları, en az bir gece konaklamayı içeren, geçici süreli yer değiştirme faaliyetleri olarak ifade etmektedir.

Turizm sektörü yalnızca tatil, dinlenme veya eğlence amaçlı seyahatlerle sınırlı kalmamış; zamanla bireylerin sağlık hizmeti alma amacıyla yaptıkları seyahatleri de kapsayacak biçimde genişlemiştir. Bu bağlamda, sağlık turizmi turizmin alt dalları arasında giderek daha fazla önem kazanmaktadır. T.C. Sağlık Bakanlığı Sağlık Turizmi Daire Başkanlığı'na (2023) göre sağlık turizmi, kişilerin mevcut hastalıklarının tanı ve tedavisini sağlamak veya genel sağlık hizmetlerinden

yararlanmak amacıyla ikamet ettikleri yerin dışında başka bir bölgeye ya da ülkeye gerçekleştirdikleri planlı seyahatler bütünüdür. Sağlık turizmi hem tıbbi hem de ekonomik yönleriyle ülkelerin kalkınma stratejilerinde önemli bir yere sahiptir.

Sağlık turizmi, yalnızca hastalıkların tanı ve tedavisini kapsayan bir alan olmanın ötesine geçerek bireylerin genel iyilik hâlini destekleyen bir turizm türü hâline gelmiştir. Bu bağlamda, sağlık turizmine katılım nedenleri bireylerin ihtiyaç ve beklentilerine göre değişkenlik gösterebilmektedir. Zhao, Yang, Song ve Lu (2025), sağlık turizmine yönelimin yalnızca fiziksel rahatsızlıkların tedavisiyle sınırlı kalmadığını; şifa arayışı, zihinsel ve ruhsal dengeyi sağlama, stresten uzaklaşma ve yaşam enerjisini yenileme gibi motivasyonların da bu tür seyahatlerde etkili olduğunu belirtmektedir. Dolayısıyla sağlık turizmi, modern yaşamın getirdiği fiziksel ve psikolojik yüklerden arınmak isteyen bireyler için bütüncül bir iyileşme deneyimi sunmaktadır. Bu durum, sağlık turizminin kapsamını genişletmekte ve onu hem bireysel sağlık hem de turizm ekonomisi açısından stratejik bir konuma taşımaktadır.

Sağlık turizmi, küresel ölçekte artan talep ve hizmet çeşitliliği ile birlikte hızlı bir büyüme göstermekte ve bu büyüme ülkeler arasında yoğun bir rekabet ortamı yaratmaktadır. Özellikle gelişmekte olan ülkeler, sağlık altyapılarını güçlendirerek uluslararası hastaları cezbetmeyi hedeflemekte ve böylece hem sağlık hem de turizm gelirlerini artırmaktadır. World Health Organization (WHO 2023) verilerine göre, birçok ülke sağlık turizmine yönelik yatırımlarını artırmakta ve bu alanda cazip hizmet paketleri sunmaktadır. Sağlık turizmine yönelimin ardındaki temel nedenler arasında uygun maliyetli tedavi imkânları, daha kısa bekleme süreleri, ileri tıbbi teknolojiye erişim, kaliteli sağlık hizmetleri ve seyahatle birlikte tatil yapma arzusu yer almaktadır (Hanefeld vd., 2015). Bu unsurlar, sağlık turizmini sadece tıbbi bir tercih olmaktan çıkararak bütünsel bir yaşam tarzı deneyimine dönüştürmektedir.

Sağlık turizmi, yalnızca medikal tedavileri değil; aynı zamanda termal turizm, ileri yaş (geriatri) bakımı ile SPA ve wellness hizmetlerini de içeren çok yönlü bir yapıya sahiptir. Bu çeşitlilik, sağlık turizmini sadece tıbbi bir müdahale süreci olmaktan çıkararak daha geniş kapsamlı bir yaşam kalitesi iyileştirme faaliyetine dönüştürmektedir. Hanefeld ve arkadaşları (2015), sağlık turizminin alt alanlarının

bireylerin fiziksel, zihinsel ve duygusal ihtiyaçlarını karşılamada bütüncül bir yaklaşım sunduğunu vurgulamaktadır. Özellikle gelişmekte olan ülkeler, sahip oldukları doğal kaynaklar, uygun maliyetli sağlık hizmetleri ve artan altyapı yatırımları sayesinde bu sektördeki potansiyellerini değerlendirerek hem sağlık hem de turizm gelirlerini artırmakta; böylece ekonomik kalkınmalarına katkı sağlamaktadırlar (Lee, Fernando 2018).

Sonuç olarak, teknolojik gelişmeler, sağlık hizmetlerine erişimin kolaylaşması, kişi başına düşen gelir seviyesindeki artış ve bireylerin farklı kültürleri tanıma arzusu, hem genel turizm faaliyetlerini hem de sağlık turizmini destekleyen temel unsurlar hâline gelmiştir. Sağlık turizmi, sunduğu ekonomik katkılar ve stratejik gelişim potansiyeli sayesinde, ülkeler için giderek daha önemli bir sektör olarak konumlanmaktadır. Batbaylı (2022), Türkiye'nin sağlık turizmindeki rekabet avantajının, ekonomik büyümeye olumlu etkiler sağladığını belirtmektedir. Benzer şekilde, Güneş ve Sarıışık (2023), sağlık turizminin sürdürülebilir kalkınma politikalarının bir parçası hâline geldiğini ve ülkelerin bu alana yönelik yatırımlarını artırdığını vurgulamaktadır. Bu doğrultuda sağlık turizmi, gelecekte de hem bireysel hem de ulusal düzeyde önemli katkılar sağlayacak dinamik bir sektör olmaya devam edecektir.

1.1. Turizm Çeşitleri

İnsanoğlunun çeşitli alanlardaki istek ve beklentilerinde olduğu gibi, turizm alanındaki taleplerinde ve motivasyonlarında da zamanla önemli çeşitlilikler gözlemlenmektedir. Turizm faaliyetlerine katılım, bireylerin kültürel, sosyal, psikolojik ya da sağlık temelli farklı ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik olabilmektedir. Tatık (2024), turistlerin seyahat motivasyonlarının destinasyon imajı ve davranışsal niyetleri üzerinde etkili olduğunu belirtmektedir. Benzer şekilde, Aydın ve Sezerel (2017), bireylerin seyahat motivasyonlarının kişisel farklılıklarına göre değiştiğini ve bu durumun turizm türlerinin gelişimini doğrudan etkilediğini vurgulamaktadır. Bu çerçevede, bireylerin turizmden beklentileri hem katılım nedenlerini hem de destinasyon tercihlerinde belirleyici rol oynamaktadır.

Turizm faaliyetleri; bireylerin seyahat etme amacı, yaş grubu, gelir düzeyi, tatil tercihleri, mevsimsel koşullar ve seyahate katılan kişi sayısı gibi değişkenlere bağlı olarak farklı şekillerde sınıflandırılmaktadır. Bu çeşitlilik, turizm sektörünün sadece tek bir motivasyona dayalı olarak gelişmediğini, aksine çok boyutlu ve dinamik bir yapıya sahip olduğunu göstermektedir. Yalçın ve Karaman (2022), Z kuşağı bireylerinin turistik ürün tercihlerinin demografik özelliklerine göre farklılık gösterdiğini ve bu durumun turizm türlerinin gelişimini doğrudan etkilediğini vurgulamaktadır. Benzer şekilde, Kılıçlar, Aysen ve Küçükergin (2016), yaşlı bireylerin turizm tercihlerinin demografik değişimlere bağlı olarak şekillendiğini belirtmektedir. Bu çerçevede, bireylerin turizmden beklentileri hem katılım nedenlerini hem de destinasyon tercihlerinde belirleyici rol oynamaktadır.

1.1.1. Ziyaret Edilen Yere Göre Turizm Çeşitleri

Ziyaret edilen yerin konumuna göre turizm faaliyetleri, iç ve dış turizm olmak üzere iki temel gruba ayrılmakta; bu sınıflandırma, turizm hareketlerinin kapsamını ve ekonomik etkilerini analiz etmede önemli bir çerçeve sunmaktadır (TÜRSAB Akademi 2020).

1.1.1.1. İç Turizm

İç turizm, bireylerin kendi ülkeleri sınırları içerisinde gerçekleştirdikleri turizm amaçlı seyahatleri kapsamaktadır (Türkcan 2021). Ekonomik açıdan değerlendirildiğinde, iç turizm dış turizme oranla ülkeye döviz girdisi sağlamamakla birlikte, ulusal düzeyde ekonomik hareketliliğin artmasına katkı sunmaktadır (Uspanova 2017). Bu yönüyle iç turizm, yerel ekonomilerin desteklenmesi ve bölgesel kalkınmanın teşvik edilmesi açısından önemli bir rol oynamaktadır.

Türkiye örneğinde, ülkenin farklı illeri arasında yoğun bir iç turizm hareketliliği yaşandığı görülmektedir. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK 2023) verilerine göre, 2023 yılının üçüncü çeyreğinde iç turizm faaliyetlerinde önemli bir artış kaydedilmiştir. Bu döneme ilişkin iç turizm verileri, çalışmanın ilerleyen bölümlerinde ayrıntılı olarak sunulmuştur (bkz. Tablo 1).

Tablo 1. Türkiye'nin İç Turizm Verileri, (2022-2023)

YIL	ÇEYREK	Seyahate çıkan kişi sayısı	Değişim oranı(2) %	Seyahat sayısı (bin)	Değişim oranı (2) %	Geceleme Sayısı (Bin)	Değişim Oranı (2) %	Ortalama Geceleme Sayısı
2022	Yıllık			52327	-0,8	426579	-7,0	8,2
	I	7344	5,6	8813	6,1	67581	8,9	7,7
	II	9846	9,5	11411	7,3	74231	-16,6	6,5
	III	19156	2,0	23384	1,1	225206	-1,0	9,6
	IV	7614	-14,9	8719	-18,6	59561	-25,9	6,8
2023	I	8601	17,1	10090	14,5	74530	10,3	7,4
	II	13639	38,5	16084	41,0	100108	34,9	6,2
	III	19467	1,6	23780	1,7	220969	-1,9	9,3

Kaynak: (TÜİK 2023)

Türkiye İstatistik Kurumu'nun (TÜİK 2023) yayımladığı verilere göre, Türkiye'de iç turizm hareketliliği 2023 yılının üçüncü çeyreğinde de önemli bir ivme kazanmıştır. Tablo 1'de görüldüğü üzere, 2023 yılının III. çeyreğinde yaklaşık 19,5 milyon kişi seyahate çıkmıştır. Seyahate çıkan bireylerin toplam sayısı, 2022 yılının aynı dönemine göre %1,7 oranında artarak yaklaşık 23,78 milyon olarak kaydedilmiştir. Aynı dönemde seyahate çıkanların ortalama geceleme süresi ise 9,3 gece olarak gerçekleşmiştir (TÜİK 2023).

İç turizm verileri, ülkede yaşayan bireylerin seyahat alışkanlıklarının yıl bazında değişkenlik gösterebildiğini ortaya koymaktadır. 2022 yılı ile kıyaslandığında, 2023 yılında hem seyahate çıkan kişi sayısında hem de seyahat sayısında artış yaşandığı dikkat çekmektedir. Bununla birlikte, ortalama geceleme süresinde yaşanan küçük dalgalanmalar, bireylerin seyahat amaçları ve konaklama tercihlerindeki değişimlerle ilişkilendirilebilir (TÜİK 2023).

İç turizmin döviz girdisi sağlamamasına rağmen ülke ekonomisine dolaylı katkılar sunduğu ve özellikle hizmet sektörünü canlandırdığı çeşitli araştırmalarda vurgulanmaktadır (Türkcan 2021). Özellikle yaz aylarını kapsayan üçüncü çeyrek dönemde artan iç turizm hareketliliği, bu katkının daha belirgin hale gelmesine neden olmaktadır. İç turizmin desteklenmesi hem yerel ekonomilerin canlanmasına hem de bireylerin sosyal ve kültürel gelişimine önemli ölçüde katkı sağlamaktadır (Uspanova 2017).

1.1.1.2. Dış Turizm

Bireylerin, bulundukları ülkeden başka bir ülkeye gerçekleştirdikleri turistik seyahatler, dış turizm kapsamında değerlendirilmektedir. Ekonomik açıdan ele alındığında, dış turizm, iç turizme kıyasla ülkelere daha fazla gelir sağlamak ve döviz girdisi oluşturarak ekonomik büyümeye önemli katkılar sunmaktadır (UNWTO 2024). Nitekim 2023 yılında uluslararası turizm gelirleri yaklaşık 1,4 trilyon ABD doları olarak gerçekleşmiş ve bu değer, 2019 yılı seviyelerinin %93'üne ulaşmıştır. Bunun yanı sıra, dış turizm kültürler arası etkileşimi artırmakta ve ülkeler arasında sosyal bağların güçlenmesine katkıda bulunmaktadır (Türkcan 2021).

Dünya genelinde dış turizmin büyüklüğünü ortaya koymak amacıyla hazırlanan 2023 yılına ait veriler, en çok ziyaret edilen ülkeler açısından dikkate değer sonuçlar sunmaktadır. Tablo 2'de görüldüğü üzere, 2023 yılında dünyada en fazla ziyaretçi çeken ülke 90 milyon kişi ile Fransa olmuştur. Fransa'yı sırasıyla 83,7 milyon ziyaretçi ile İspanya, 79,3 milyon ziyaretçi ile ABD ve 65,7 milyon ziyaretçi ile Çin takip etmektedir. Türkiye ise 51,2 milyon turist ile dünya sıralamasında altıncı sırada yer almıştır (Turizm Günlüğü 2023).

Tablo 2. Dünyanın en çok ziyaret edilen 20 ülkesi (2023)

ÜLKE	MİLYON KİŞİ
Fransa	90,0
İspanya	83,7
ABD	79,3
Çin	65,7
İtalya	64,5
Türkiye	51,2
Meksika	45,0
Tayland	39,8
Almanya	39,6
İngiltere	39,4
Japonya	32,3
Avusturya	31,9
Yunanistan	31,3
Malezya	26,1
Portekiz	24,6
Rusya	24,4
Hong Kong	23,8
Polonya	22,1
Kanada	22,1
Hollanda	20,1

Kaynak: www.turizmgunlugu.com

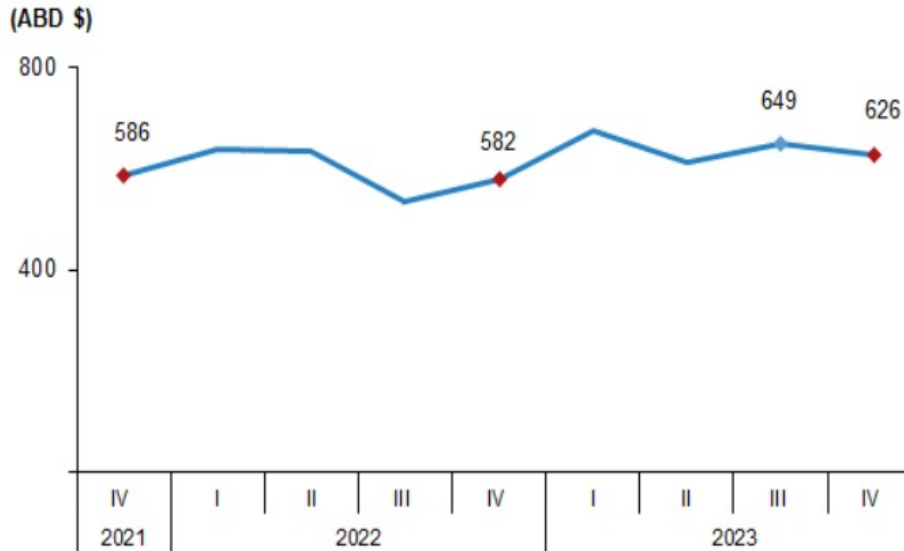
Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'nün (UNWTO 2023) yayımladığı verilere göre, Türkiye 2021 ve 2022 yıllarında toplam 50,5 milyon ziyaretçi ağırlayarak dünya genelinde en çok turist çeken dördüncü ülke konumunda yer almıştır. Ancak 2023 yılı verileri değerlendirildiğinde, Türkiye, sıralamada altıncı sıraya gerilemiş; Fransa, İspanya, ABD, Çin ve İtalya ilk beş sırayı paylaşmıştır.

Türkiye İstatistik Kurumu'nun (TÜİK 2023) verilerine göre, 2023 yılı IV. çeyreğinde yurt dışına seyahat eden Türk vatandaşlarının sayısı, 2022 yılının aynı dönemine göre %26,3 artarak yaklaşık 3,5 milyon kişiye ulaşmıştır. Söz konusu dönemde kişi başı ortalama harcama tutarı ise 626 ABD doları olarak gerçekleşmiştir.

Yıllık bazda değerlendirildiğinde, 2023 yılında sınır dışı seyahat eden vatandaş sayısında 2022 yılına kıyasla %52,3'lük bir artış görülmüş ve bu sayı yaklaşık 12 milyon kişiye ulaşmıştır. Bu bireylerin kişi başı ortalama harcaması ise 639 ABD doları olmuştur (TÜİK 2023).

Tablo 3. 2023 Kişi Başı Ortalama Harcama, IV Çeyrek

Kişi başı ortalama harcama, IV. Çeyrek, 2023



Kaynak: (TÜİK 2023).

Tabloda da görüldüğü üzere, kişi başına ortalama harcama tutarı 2021 yılı IV. çeyreğinde 586 ABD doları iken, 2022 yılında bu değer 582 ABD dolarına düşmüş;

2023 yılı III. çeyreğinde ise en yüksek seviyeye ulaşarak 649 ABD doları olmuştur. 2023 yılı IV. çeyreği itibarıyla kişi başı harcama tutarı 626 ABD doları olarak kaydedilmiştir (TÜİK 2023).

Dış turizmin hem ekonomik büyüme hem de kültürel etkileşim açısından önemli bir rol üstlendiği, Türkiye'nin de bu alanda dünya genelinde güçlü bir konumda yer aldığı görülmektedir.

1.1.2. Katılımcı Sayısına Göre Turizm Faaliyetleri

Turizm faaliyetleri, bireylerin motivasyonlarına, tercih ettikleri destinasyonlara ve seyahat sürelerine göre çeşitli şekillerde sınıflandırılabilir. Bu sınıflandırmalardan biri de, turizm faaliyetlerine katılan kişi sayısına göre yapılan ayırmadır. Katılımcı sayısına dayalı ayırım, bireysel tercihlerden kitlesel hareketlere kadar geniş bir yelpazeyi kapsamaktadır (TÜRSAB Akademi 2021). Bu çerçevede, turizm faaliyetleri üç ana kategoriye ayrılmaktadır: bireysel turizm, grup turizmi ve kitle turizmi (TÜRSAB Akademi 2021).

1.1.2.1. Bireysel Turizm

Bireysel turizm, seyahat planlarını kişisel olarak organize eden ve seyahati yalnız başına gerçekleştiren bireyleri kapsamaktadır. Bu tür seyahatlerde rehber ya da grup desteğine ihtiyaç duyulmadan, bireyler özgürce hareket etmekte ve deneyimlerini kendi isteklerine göre şekillendirmektedir. Bireysel turizmin tercih edilme nedenleri arasında yaratıcılığı artırma, kişisel rahatlamayı sağlama ve bireyin kendi yaşamı üzerindeki kontrolünü güçlendirme gibi unsurlar bulunmaktadır. Ayrıca bireysel seyahatler, kişisel gelişim ve özgüven üzerinde olumlu etkiler yaratarak bireylerin kültürel birikimlerini zenginleştirmelerine olanak tanımaktadır (Özyurt 2018).

1.1.2.2. Grup Turizmi

Bireysel turizmden farklı olarak, belirli bir grup insanın aynı amaç doğrultusunda bir araya gelerek gerçekleştirdiği seyahatler grup turizmi kapsamında değerlendirilmektedir. TÜRSAB Akademi'ye (2021) göre, bir turistik hareketin grup turizmi olarak kabul edilebilmesi için katılımcı sayısının genellikle 11 ila 16 kişi arasında olması gerekmektedir. Grup turizmi, sıklıkla eğitim kurumlarının

düzenlediği geziler, şirket organizasyonları ya da arkadaş gruplarının gerçekleştirdiği seyahatleri kapsamaktadır. Kitle turizminden farklı olarak, grup turizminde katılımcı sayısı sınırlı tutulmakta ve organizasyonlar daha esnek, katılımcı odaklı bir yapıya sahip olmaktadır (TÜRSAB Akademi 2021).

1.1.2.3. Kitle Turizmi

Kitle turizmi, çok sayıda bireyin aynı dönemde, benzer destinasyonlara yönelerek gerçekleştirdiği standartlaştırılmış seyahatleri ifade etmektedir. Kitle turizmi, 1950'li yıllarda orta gelir grubundaki bireylerin artan seyahat imkânlarıyla ivme kazanmıştır. Günümüzde ise hava yolu taşımacılığının maliyetlerinin düşmesi, tatil paketlerinin çeşitlenmesi ve sosyal medya üzerinden yapılan etkili reklamlar bu turizm türünün yaygınlaşmasına katkı sağlamaktadır (Semiz Çelik 2022). Ayrıca, standart ürün ve hizmet sunması sayesinde daha ekonomik bir seçenek olması, kitle turizminin geniş kitleler tarafından tercih edilmesine yol açmaktadır (TÜRSAB 2015).

Bu çerçevede, katılımcı sayısına göre yapılan turizm faaliyetleri sınıflandırması, günümüz turizm dinamiklerinin anlaşılması açısından önemli bir yere sahiptir. Katılımcı sayısındaki farklılıklar, turizmin sosyal ve ekonomik etkilerini doğrudan şekillendirmekte ve sektörün geleceğine yön vermektedir.

1.1.3. Katılımcıların Sosyo-Ekonomik Durumlarına Göre Turizm Faaliyetleri

Turizm faaliyetlerine katılan bireyler, sosyo-ekonomik durumlarına göre genel olarak “sosyal turizm” ve “lüks turizm” olmak üzere iki temel başlık altında sınıflandırılmaktadır. Bu ayrım, katılımcıların gelir düzeyleri ve turizm faaliyetlerine erişim imkanları bakımından önemli farklılıklar göstermektedir.

1.1.3.1. Sosyal Turizm

Sosyal turizm, ekonomik ve sosyal açıdan dezavantajlı bireylerin çeşitli destek mekanizmaları aracılığıyla turizm faaliyetlerine katılabilmelerini ifade etmektedir. Bu kavram, bireylerin yaşam koşullarının turizm faaliyetlerine katılımını zorlaştırdığı durumlarda, kamu veya özel kuruluşların bu engelleri ortadan kaldırarak faaliyetin sürdürülebilir, erişilebilir ve dayanışma normlarına uygun

gerçekleştirilmesini amaçlamaktadır (European Economic and Social Committee [EESC] 2006).

Minnaert, Maitland ve Miller (2009), sosyal turizmi kamu, özel ve üçüncü sektör paydaşlarının bir araya geldiği geniş kapsamlı bir kavram olarak tanımlamaktadır. Bu tür turizm, ekonomik olarak zayıf bireylerin, destek almaksızın turizm faaliyetlerine katılamayacakları bir alanı tanımlar. Ayrıca, sosyal turizm, dezavantajlı grupların seyahat fırsatlarına erişimini sağlayarak sosyal dışlanmayı azaltmakta ve kişisel gelişimi desteklemektedir (Vaia 2024).

1.1.3.2. Lüks Turizm

Lüks turizm, yüksek gelir grubuna mensup bireylerin, kişiselleştirilmiş hizmetlerin ve üst segment konaklama imkânlarının sunulduğu seyahatleri kapsamaktadır. Bu turizm türü, konfor, ayrıcalık ve yüksek standartlar doğrultusunda yapılandırılan deneyimler sunmakta; özellikle kişisel ilgi alanlarına yönelik özel turlar, gurme mutfak deneyimleri, spa ve wellness hizmetleri gibi unsurlar barındırmaktadır (Vaia 2024).

Günümüzde artan harcanabilir gelirler ve değişen yaşam tarzları, bireylerin daha seçkin, özel ve kaliteli seyahat deneyimlerine yönelmelerine neden olmaktadır. Bu bağlamda lüks turizm pazarı, küresel çapta önemli bir ekonomik değer üretmektedir. Nitekim 2025-2029 yılları arasında sektörün yaklaşık 519,6 milyar ABD doları büyüme göstermesi öngörülmektedir (Technavio 2025).

Lüks turizm sadece konaklama ve ulaşım da yüksek standartlara sahip olmayı değil, aynı zamanda sosyal statü göstergesi niteliğindeki seyahat biçimlerini de içermektedir. Business Insider'a (2025) göre, bu tür turizmi tercih eden bireyler, bozulmamış doğa alanlarında özel etkinliklere katılmakta, izole destinasyonlarda kişiselleştirilmiş deneyimler talep etmekte ve seyahatlerini kültürel, sanatsal ve sportif etkinliklerle zenginleştirmektedirler.

1.1.4. Sezon Bakımından Turizm Faaliyetleri

Turizm faaliyetleri, genellikle belirli dönemlerde yoğunlaşan ziyaretçi hareketleriyle karakterize edilmektedir. Bu dönemsel yoğunluk, “turizmde mevsimsellik” olarak adlandırılmakta ve destinasyonların ekonomik, çevresel ve sosyal dinamiklerini doğrudan etkilemektedir (Butler 2001).

Mevsimsellik, turizm sektöründe kaynak kullanımında verimsizlik, istihdamda dalgalanmalar ve altyapı üzerinde baskılar gibi çeşitli sorunlara yol açabilmektedir. Bu nedenle birçok destinasyon, turizm faaliyetlerini yıl geneline yaymak amacıyla stratejiler geliştirmektedir (Higham, Hinch 2002). Örneğin kültürel etkinlikler, spor organizasyonları ve kongre turizmi gibi alternatifler, sezon dışı dönemlerde turist çekmeyi hedeflemektedir (Higham, Hinch 2002).

Ayrıca, sezon dışı dönemlerde sunulan uygun fiyatlı tatil paketleri, bütçe bilincine sahip turistler için cazip hale gelmektedir. Bu durum, hem turistlerin ekonomik tatil yapmalarını sağlamakta hem de destinasyonların yıl boyunca gelir elde etmelerine katkıda bulunmaktadır (Butler 2001).

1.1.5. Katılımcıların Yaş Durumlarına Göre Turizm Faaliyetleri

Turizm faaliyetlerini gerçekleştiren bireyler, yaşlarına göre üç ana grupta sınıflandırılabilir:

- Gençlik turizmi,
- Orta yaş (yetişkin) turizmi,
- Üçüncü yaş turizmi.

Bu yaş gruplarına göre yapılan turizm, farklı ihtiyaçlar ve tercihler doğrultusunda şekillenmektedir.

1.1.5.1. Gençlik Turizmi

Gençlik turizmi, 15–25 yaş aralığındaki bireylerin sınırlı bütçelerle gerçekleştirdiği, eğitsel, kültürel ve sosyal gelişimi destekleyen seyahat türlerini kapsamaktadır. Bu turizm türü; gençlerin kişisel gelişimlerini artırmalarına, farklı kültürlerle etkileşime geçmelerine ve sosyal becerilerini güçlendirmelerine olanak tanımaktadır (UNWTO 2016).

Gençlerin seyahat motivasyonları arasında yeni deneyimler kazanma, eğlenme, dinlenme, sosyal ağlar oluşturma ve özgürleşme gibi unsurlar öne çıkmaktadır (Richards 2008). Öğrenci değişim programları, gönüllülük projeleri, gençlik festivalleri, izcilik ve spor kampları gençlik turizmi kapsamında değerlendirilen başlıca etkinlikler arasında yer almaktadır.

Eusébio ve Carneiro (2015), gençlik döneminde edinilen seyahat deneyimlerinin bireylerin ileriki yaşamlarındaki turizm alışkanlıklarını etkilediğini ve seyahat etmeye yönelik tutumlarını şekillendirdiğini belirtmektedir. Ayrıca dijital medyanın etkisiyle gençler, seyahat ettikleri destinasyonları sosyal medya platformlarında paylaşmakta; bu durum hem diğer gençler üzerinde özendirici etki yaratmakta hem de destinasyonların tanıtımına katkı sunmaktadır (Gibson, Yiannakis 2002).

1.1.5.2. Orta Yaş Turizmi

Orta yaş turizmi, genellikle 25 ila 60 yaş aralığındaki bireylerin katıldığı turizm faaliyetlerini kapsamaktadır. Bu yaş grubundaki bireyler, iş ve aile sorumlulukları nedeniyle seyahatlerini genellikle yıllık izin dönemlerine veya okul tatillerine denk gelecek şekilde planlamaktadırlar (Jamal, Newbold 2020). Bu nedenle, seyahat süresi sınırlı olsa da, konfor, güvenlik ve hizmet kalitesi bu grubun öncelikleri arasında yer almaktadır.

Orta yaş grubuna dahil turistler, genç turistlere kıyasla daha yüksek düzeyde harcama yapma eğilimindedir. Bu bireyler, seyahatlerinde dinlenme, aile bireyleriyle vakit geçirme, kültürel etkinliklere katılma ve doğa ile etkileşim kurma gibi motivasyonlarla hareket etmektedirler (Jamal, Newbold 2020). Ayrıca, konaklama tercihlerinde otel, tatil köyü veya butik tesisler gibi rahatlık ve hizmet odaklı seçeneklere yönelme gözlemlenmektedir.

Bu yaş grubunun turizme katılımı, yalnızca bireysel deneyimler açısından değil, aynı zamanda turizm destinasyonlarının sürdürülebilirliği açısından da önem taşımaktadır. Zira bu turist profili, hizmet kalitesi, hijyen standartları ve ulaşım kolaylığı gibi kriterlere yüksek duyarlılık göstermektedir. Bu durum, turizm işletmelerinin rekabet gücünü artırmak ve kaliteyi sürdürülebilir kılmak adına stratejik planlamalar yapmasına neden olmaktadır (Lu, Zhu 2024).

1.1.5.3. Üçüncü Yaş Turizmi

Üçüncü yaş turizmi, çoğunlukla 50 yaş ve üzerindeki bireylerin katılım sağladığı turizm faaliyetlerini ifade etmektedir. Bu yaş grubundaki bireyler, emeklilik sonrası artan boş zamanlarını değerlendirme, yaşam kalitelerini artırma ve sosyal etkileşim kurma motivasyonlarıyla seyahat etmektedir (Qiao vd., 2022). Emeklilikle birlikte çalışma hayatının sona ermesi ve çocuk yetiştirme sorumluluklarının azalması gibi faktörler, bu bireylerin seyahate daha fazla zaman ve kaynak ayırmalarını kolaylaştırmaktadır (Patuelli, Nijkamp 2016).

Üçüncü yaş turistlerinin seyahat tercihlerinde genellikle güvenli destinasyonlar, sağlık hizmetlerine erişim, konforlu konaklama ve ulaşım kolaylığı gibi faktörler ön plana çıkmaktadır (Qiao vd., 2022). Ayrıca bu yaş grubundaki bireylerin, kalabalık dönemlerden kaçınmak amacıyla sezon dışı seyahatleri daha çok tercih ettikleri görülmektedir (Patterson, Daruwalla and Pegg 2021).

Bu turizm türü yalnızca emekli bireylerle sınırlı değildir. Çocuk sahibi olma sorumluluğunu tamamlamış, benzer yaşam koşullarına sahip bireyler de üçüncü yaş turizmine ilgi göstermektedir (Patuelli, Nijkamp 2016). Bu durum, üçüncü yaş turizminin sadece yaşla değil, yaşam biçimiyle de doğrudan ilişkili bir turizm türü olduğunu göstermektedir.

1.1.6. Katılımcının Amaçlarına Göre Turizm Faaliyetleri

Turizm faaliyetleri, katılımcıların seyahate katılmalarındaki amaçlara göre farklı kategorilerde sınıflandırılmaktadır. Bu sınıflandırmada sağlık, kongre, kültür, inanç, kış, mağara, akarsu, yayla ve yat turizmi gibi başlıca türler yer almaktadır.

1.1.6.1. Sağlık Turizmi

Sağlık turizmi, bireylerin tıbbi tedavi, cerrahi müdahale veya estetik amaçlarla kendi ülkeleri dışında başka bir ülkeye seyahat etmeleriyle karakterize edilen bir turizm türüdür. Bu olgu, küresel sağlık sistemlerindeki maliyet farklılıkları, hizmet kalitesi arayışı ve bekleme sürelerinin azaltılması gibi nedenlerle giderek daha fazla tercih edilmektedir (Johnston vd., 2010).

Türkiye, sağlık turizmi alanında önemli bir destinasyon haline gelmiştir. 2023 yılında, Türkiye'ye gelen sağlık turistlerinin sayısı 1,4 milyona ulaşmış ve bu alandan

elde edilen gelir 2,3 milyar dolar olmuştur (Daily Sabah 2024). Ülkenin coğrafi konumu, nitelikli sağlık personeli ve rekabetçi fiyatları, Türkiye'yi sağlık turizmi için cazip kılmaktadır.

Sağlık turizmi, sadece fiziksel iyileşmeyi değil, aynı zamanda bireylerin psikolojik ve sosyal anlamda da rahatlamasını sağlayan bir süreçtir. Hastalar, tedavi süreçlerini daha huzurlu ve destekleyici ortamlarda geçirme imkânı bularak yaşam kalitelerini artırmaktadırlar (Turner 2007).

1.1.6.2. Kongre Turizmi

Kongre turizmi, bireylerin bilgi alışverişinde bulunmak, mesleki gelişim sağlamak ve sektörel etkinliklere katılmak amacıyla gerçekleştirdikleri seyahatleri kapsayan bir turizm türüdür. Bu tür seyahatler, profesyonel etkileşimin yanı sıra kültürel deneyim ve sosyal paylaşımları da teşvik etmektedir (Pektaş, Aydın 2021). Kongreler, sadece iş odaklı etkinlikler olmaktan çıkarak aynı zamanda destinasyon tanıtımına ve ekonomik kalkınmaya katkı sağlayan organizasyonlara dönüşmüştür (Pektaş, Aydın 2021).

Son yıllarda dijital teknolojilerin etkisiyle kongre turizmi sanal ortamlara taşınmış ve mekânsal sınırlamaların ötesine geçmiştir. Uluslararası Kongre ve Toplantılar Birliği'nin (ICCA) 2021 yılı istatistiklerine göre, planlanan uluslararası kongrelerin yaklaşık %49'u sanal formatta gerçekleştirilmiştir (ICCA 2022). Bu durum, küresel ölçekte kongre turizminin dijital dönüşüm sürecine hızla adapte olduğunu göstermektedir.

Türkiye ise kongre turizmi alanında yükselen bir destinasyon olarak öne çıkmaktadır. ICCA'nın 2021 verilerine göre Türkiye, dünya genelinde en fazla uluslararası kongre düzenleyen ülkeler arasında 38. sırada yer almıştır (ICCA 2022). Bu sıralama, Türkiye'nin uluslararası organizasyonlara ev sahipliği yapma kapasitesinin arttığını ve bu alanda önemli bir potansiyele sahip olduğunu ortaya koymaktadır.

1.1.6.3. Kültür Turizmi

Kültür turizmi, bireylerin yaşadıkları yerlerin dışına çıkarak kültürel ihtiyaçlarını karşılamak ve yeni deneyimler edinmek amacıyla gerçekleştirdikleri

seyahatleri kapsayan bir turizm türüdür. Bu tanım, Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) tarafından da benimsenmiştir (Richards 1996). Kültür turizmi, yalnızca tarihsel ve doğal kültür varlıklarını değil, aynı zamanda güncel kültür öğelerini de içermektedir. Bu kapsamda, arkeolojik alanlar, mimari yapılar, müzeler, festivaller, sanat etkinlikleri ve yerel yaşam tarzları gibi unsurlar kültür turizminin ilgi alanına girmektedir (Richards 1996).

1990'lı yıllarda kitle turizminin gelişmesiyle birlikte, kültür turizmi de gastronomi ve inanç turizmi gibi daha spesifik alanları kapsayacak şekilde evrilmiştir. Bu dönüşüm, turistlerin farklı kültürel deneyimlere olan ilgisinin artmasıyla paralel bir şekilde gerçekleşmiştir (Bandoğlu 2016).

Türkiye, zengin kültürel mirası ve çeşitliliğiyle kültür turizmi açısından önemli bir destinasyon konumundadır. Kapadokya, Gökçeada, Bozcaada, Safranbolu, Güneydoğu Anadolu Bölgesi, Likya Yolu, Pamukkale ve Eskişehir-Odunpazarı gibi bölgeler, hem yerli hem de yabancı turistler tarafından yoğun ilgi görmektedir (Yıldırım Saçılık, Toptaş 2017). Bu destinasyonlar, tarihi ve kültürel zenginlikleriyle ziyaretçilere benzersiz deneyimler sunmaktadır.

1.1.6.4. İnanç Turizmi

İnanç turizmi, bireylerin kutsal kabul ettikleri yerleri ziyaret etmeleriyle ortaya çıkan bir turizm türüdür. Bu turizm, çeşitli dinlerin kutsal saydığı tapınaklar, mezarlar ve türbeler gibi mekânları ziyaret etmeyi içerir. Bu tür seyahatler sadece ibadet amacıyla değil, aynı zamanda ruhsal tatmin, kültürel deneyim ve geleneksel bağlılıkları sürdürme amacıyla da gerçekleştirilmektedir (Türker, Akça ve Uçar 2019).

İnanç turizmi bireysel veya grup halinde yapılabilir. Örneğin, Müslümanların Hac ibadeti için Mekke'ye yaptıkları seyahatler ya da Hristiyanların Vatikan'ı veya Kudüs'ü ziyaret etmeleri bu turizm türüne örnek teşkil eder. Bu ziyaretler sadece dini görevlerin ifası açısından değil, aynı zamanda sosyal etkileşim, kültürel paylaşım ve tarihi bilinç açısından da önem taşımaktadır (Kaçar, Türker 2020).

İnanç turizminin çekici yönleri arasında, dini liderlerin yaşadığı veya defnedildiği yerlerin ziyaret edilmesi, kutsal sayılan mekânların görülmesi ve dini törenlere katılım bulunmaktadır. Ziyaretçiler bu mekânlarda dini ritüelleri yerine

getirme, dua etme ve ruhsal dinginlik arama gibi amaçlara sahiptir (Ayaz 2020). Bu nedenle, inanç turizmi hem dini hem de kültürel bir boyut taşır.

Türkiye, sahip olduğu dini ve kültürel miras açısından inanç turizmi için önemli bir destinasyondur. Kapadokya'daki kiliseler, Meryem Ana Evi (İzmir), Sümela Manastırı (Trabzon), Hacı Bektaş-ı Veli Dergâhı (Nevşehir), Mevlana Türbesi (Konya) gibi yerler hem yerli hem de yabancı turistler tarafından yoğun ilgi görmektedir (Ayaz 2020).

1.1.6.5. Kış Turizmi

Kış turizmi, dağlık ve karlı alanlarda konaklama, kayak ve diğer kış sporlarını kapsayan, özel bir turizm türüdür. Özellikle doğal çevreye duyarlı yatırımların artmasıyla birlikte, bu turizm türü sürdürülebilirlik ilkesi doğrultusunda gelişmektedir (Gürbüz, Yıldırım 2019). Kış turizmi, sadece spor ve eğlence yönüyle değil, aynı zamanda ekonomik katkısı açısından da değerlidir. Hem yatırımcılar hem de yerel halk için önemli bir gelir kaynağı oluşturmaktadır (Çakmak, Yılmaz 2018).

Türkiye'de kış turizmi açısından zengin doğal kaynaklar bulunmaktadır. Ülkede kayak merkezi sayısı her geçen yıl artmakta ve bu merkezler özellikle Doğu Anadolu, İç Anadolu ve Karadeniz bölgelerinde yoğunlaşmaktadır. Erzincan, Erzurum, Ağrı, Kayseri ve Bolu illeri; kayak, snowboard ve dağ yürüyüşü gibi etkinliklerin yapıldığı başlıca destinasyonlar arasında yer almaktadır (TÜRSAB 2013).

Bu bölgelerde yapılan yatırımlar ve turizm çeşitliliği, hem yurt içi hem de yurt dışı turistlerin ilgisini çekmekte, böylece ülke ekonomisine döviz girdisi sağlanmaktadır. Ayrıca bu destinasyonların çoğu, dört mevsim turizme elverişli doğal ve kültürel değerlere sahip olması nedeniyle bütüncül turizm planlaması açısından da önem arz etmektedir (Gürbüz, Yıldırım 2019).

1.1.6.6. Mağara Turizmi

Mağara turizmi, yer altı sularının oluşturduğu doğal boşlukların sağlık, merak ve keşif amacıyla ziyaret edilmesini ifade eder. Türkiye'de karstik yapıların yaygın olması, mağara turizmi açısından büyük bir potansiyel sunmaktadır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı 2023a).

İnsuyu Mağarası (Burdur), Türkiye’de turizme açılan ilk mağaradır. Pınargözü Mağarası (Isparta) ise Türkiye’nin en uzun mağarasıdır ve doğa sporları ile ilgilenen ziyaretçileri çeker (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2023b; 2023c). Antalya’daki Damlataş ve Karain Mağaraları da hem doğal güzellikleri hem de tarihi özellikleriyle öne çıkmaktadır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2023d). Konya’daki Çamlık Mağaraları ise 2022’de milli park ilan edilmiştir (T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı 2022).

1.1.6.7. Akarsu Turizmi

Akarsu turizmi, doğal akarsular üzerinde gerçekleştirilen sportif ve rekreasyonel faaliyetleri kapsayan bir turizm türüdür. Rafting, kano, balıkçılık gibi su temelli etkinlikler, bu alanın temelini oluşturmaktadır. Söz konusu faaliyetler genellikle kamp ve doğa turizmi ile entegre biçimde yürütülmekte ve kırsal bölgelerin turistik değerini artırmaktadır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı 2023a).

Türkiye, topoğrafik yapısı ve hidrolojik kaynakları bakımından akarsu turizmi açısından elverişli bir coğrafyaya sahiptir. Özellikle Çoruh Nehri (Artvin), Fırat Nehri (Doğu Anadolu) ve Manavgat Çayı (Antalya), akarsu turizmi bağlamında öne çıkan başlıca destinasyonlardır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı 2023b; Anadolu Ajansı 2022).

1.1.6.8. Yayla Turizmi

Yayla turizmi, yaz aylarında yüksek rakımlı ve serin alanlara yapılan, doğa temelli bir turizm türü olarak tanımlanır. Bu turizm biçimi, özellikle büyük şehirlerde yaşayan bireylerin kent yaşamının stresinden uzaklaşma ve doğayla bütünleşme arzusu doğrultusunda gelişmektedir (Pirselimoğlu Batman vd., 2019). Türkiye, yayla turizmi açısından zengin bir potansiyele sahiptir. Ülkenin topoğrafik yapısı ve iklim özellikleri, özellikle Doğu Karadeniz Bölgesi’nde yer alan yaylaların ön plana çıkmasına neden olmaktadır.

Yayla turizmi, yalnızca doğal güzelliklerin sunulmasıyla değil, aynı zamanda kültürel değerlerin yaşatılmasıyla da öne çıkmaktadır. Özellikle Karadeniz yaylalarında düzenlenen geleneksel şenlikler ve yayla göçleri, bölgeyi ziyaret eden turistler için özgün deneyimler sunmaktadır (Yayla Turizmi 2021). Bununla birlikte,

artan ziyaretçi sayısı ve kontrolsüz yapılaşma, çevresel sürdürülebilirlik açısından bazı riskleri de beraberinde getirmektedir. Bu nedenle, yayla turizminin sürdürülebilir ilkeler doğrultusunda planlanması büyük önem taşımaktadır (Yayla Turizmi 2021).

1.1.6.9. Yat Turizmi

Yat turizmi, bireylerin yelkenli veya motorlu yatlar aracılığıyla gerçekleştirdikleri, dinlenme, eğlence ve spor amaçlı turistik faaliyetleri kapsayan özel bir turizm türüdür. Bu faaliyetler, genellikle kişilerin sahip olduğu, kiraladığı ya da hizmet aldığı yatlarla yapılmakta olup, deniz ve kıyı turizminin birleşim noktasında konumlanmaktadır (Barlas 2019).

Lüks yatlar, sundukları donanım ve hizmet kalitesiyle, deniz üzerinde beş yıldızlı otel konforunu yaşama imkânı sunmaktadır. Geniş salonlar, konforlu kamaralar, özel banyolar ve eğlence alanları gibi niteliklerle donatılmış bu yatlar, yüksek gelir grubuna hitap etmektedir (Barbaros Yachting, t.y.). Bu bağlamda, yat turizmi, gelir seviyesi yüksek bireyler için cazip bir turizm alternatifi haline gelmiştir.

Türkiye, sahip olduğu uzun kıyı şeridi ve elverişli iklim koşullarıyla yat turizmi açısından önemli bir avantaja sahiptir. Özellikle Bodrum, Marmaris, Fethiye ve Göcek gibi kıyı şehirleri, yat turizminin yoğunlaştığı destinasyonlar arasında yer almaktadır (Yat Turizmi, t.y.).

İKİNCİ BÖLÜM

2. SAĞLIK TURİZMİ VE TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI

2.1. Sağlık Turizmi

Sağlık turizmi, bireylerin sağlık hizmeti almak amacıyla yaşadıkları yerden farklı bir destinasyona, genellikle 24 saatten uzun süreli bir seyahat gerçekleştirmeleri olarak tanımlanmaktadır (Sağlık Bakanlığı Sağlık Turizmi Daire Başkanlığı 2021). Bu süreç, bireylerin mevcut sağlık durumlarını iyileştirmek amacıyla başka bir yere seyahat etmelerini içermektedir (Bulut,Şengül 2019). Ayrıca, sağlık turizmi, tedavi veya sağlık durumunun iyileştirilmesi amacıyla, iş veya kalıcı yerleşim amacı gütmeyen en az 24 saat, en fazla bir yıl süreli uluslararası seyahatleri kapsamaktadır (Meuwissen 2015).

Gelişen sağlık hizmetleri, ülkeler arasındaki maliyet farkları ve alternatif tedavi seçenekleri, bireylerin sağlık turizmine yönelmelerine neden olmaktadır. Sağlık turizmi, acil olmayan tıbbi bakım arayışıyla hem yurt içi hem de yurt dışı seyahatleri kapsamakta; özellikle uygun fiyat ve kolay erişim imkânı sunan destinasyonlar ön plana çıkmaktadır (Bulut & Şengül, 2019).

Sağlık alanındaki teknolojik gelişmeler, ülkelerin sağlık sistemlerindeki maliyet farklılıkları ve bekleme süreleri gibi faktörler, tüketicilerin sağlık ihtiyaçlarını karşılarken aynı zamanda tatil yapabilme olanağı aramalarına yol açmıştır. Bu durum, sağlık turizmini hızla büyüyen bir sektör haline getirmiştir. Sağlık turizmi, bireylere yüksek kaliteli ve erişilebilir sağlık hizmetlerini makul fiyatlarla sunarak önemli bir avantaj sağlamaktadır (Ridderstaat, Singh 2020).

Öte yandan, sağlık turizmi sadece hastalıkların tedavisine yönelik olmayıp, rehabilitasyon, alternatif ve tamamlayıcı tedavi hizmetlerini de içermektedir. Bireylerin sağlık turizmi tercihinde maliyet, hizmet kalitesi, tedavi süresi, dini inançlar ve tatil yapma isteği gibi faktörler etkili olmaktadır (Kaya 2025).

Dünyada olduğu gibi Türkiye'de de sağlık turizmi, ekonomik katkı sağlayan önemli bir sektör haline gelmiştir. Tıp teknolojilerindeki hızlı gelişim, bu turizm

türünün büyümesinde temel bir itici güç oluşturmaktadır (Özkurt 2007; Doğan, Aslan 2019).

Sağlık turizmi ile genel turizm arasında çeşitli benzerlikler bulunmaktadır. Her iki turizm türü de hem ortak hem de farklı müşteri gruplarına hitap edebilmektedir. Bir sağlık turisti, tedavi sürecinin ardından ziyaret ettiği ülkenin diğer turistik imkânlarından da faydalanabilmektedir. Bu çerçevede, sağlık turizmi yalnızca hastalık tedavisi için değil, alternatif sağlık hizmetleri almak amacıyla da tercih edilmektedir. Ekonomi, ulaşılabilirlik ve hizmet kalitesi gibi etkenler, destinasyon seçiminde belirleyici rol oynamaktadır (Bulut, Şengül 2019).

Bu kapsamda, sağlık turizmi, sürekli gelişim gösteren ve küresel turizm içinde payı her geçen gün artan bir alan olarak dikkat çekmektedir. Bir sonraki bölümde, sağlık turizmi çeşitleri ve Türkiye'nin bu alandaki konumu ele alınacaktır.

2.1.1. Sağlık Turizmi Çeşitleri

Sağlık turizmi, turizm sektörünün önemli bir alt dalı olup hizmet türüne, yaş gruplarına, tedavi yöntemlerine, kullanılan kaynaklara ve bireylerin fiziksel ya da zihinsel engellerine göre çeşitli kategorilere ayrılmaktadır. Aydın'a (2012) göre sağlık turizmi; termal turizm, medikal turizm, üçüncü yaş ve engelli turizmi ile SPA ve Wellness turizmi olmak üzere farklı başlıklar altında incelenmektedir.

2.1.1.1. Medikal Turizm

Medikal turizm, bireylerin tıbbi tedavi amacıyla ikamet ettikleri ülkeden farklı bir ülkeye seyahat etmeleriyle gerçekleşen bir sağlık turizmi alt dalıdır. Bu seyahatler, genellikle estetik cerrahi, organ nakli, diş tedavileri ve infertilite gibi alanlarda yapılan müdahaleleri kapsar (Yağar, Dökme 2017). Medikal turizmin temel amacı, hastaların kaliteli sağlık hizmetine daha uygun maliyetlerle erişimini sağlamaktır.

Gelişmiş ülkelerde sağlık hizmetlerinin yüksek maliyetli olması ve randevu sürelerinin uzunluğu, hastaların gelişmekte olan ülkelere yönelmelerine neden olmaktadır. Bu durum, medikal turizmin dünya genelinde hızla gelişmesini sağlamıştır (Yağar, Dökme 2017). Örneğin, diş tedavileri ve estetik cerrahi gibi

uygulamalarda Türkiye, Hindistan ve Tayland gibi ülkeler uygun fiyat avantajı sunarak ön plana çıkmaktadır (New Health Media 2024).

Türkiye, medikal turizmde sunduğu yüksek kaliteli sağlık hizmetleri, modern tıbbi altyapısı ve uluslararası akreditasyonlara sahip hastaneleri sayesinde önemli bir destinasyon haline gelmiştir. Bunun yanı sıra, ulaşım kolaylığı ve kültürel yakınlık gibi faktörler de tercih edilirliliğini artırmaktadır (Vayes 2024). Özellikle İstanbul, Ankara ve Antalya gibi şehirler, bu alanda en çok hasta çeken merkezlerdir.

Medikal turizmde tercih edilen başlıca hizmetler; organ nakilleri, tüp bebek tedavileri, diş tedavileri, göz hastalıklarının giderilmesi, kardiyovasküler cerrahi, estetik ameliyatlar ve diyaliz hizmetleridir (New Health Media 2024). Bu hizmetlerin uluslararası standartlara uygun şekilde sunulabilmesi için sağlık kuruluşlarının, ulaşım ve konaklama firmalarıyla entegre çalışması gerekmektedir (Vayes 2024).

Türkiye'nin medikal turizmdeki yeri, yalnızca sağlık hizmetlerinin kalitesiyle değil, aynı zamanda tatil ve turizm olanaklarıyla da güçlenmektedir. Hastalar, tedavi süreçlerinin ardından ülkenin tarihi ve doğal güzelliklerini keşfetme fırsatı da bulabilmektedir (Yağar, Dökme 2017).

Bu doğrultuda, medikal turizmin yalnızca sağlık alanında değil, aynı zamanda ülkelerin ekonomik gelişimlerinde de önemli bir rol oynadığı açıkça görülmektedir.

Bir sonraki bölümde, sağlık turizminin bir diğer önemli türü olan termal turizm ve termal kaynakların sağlık turizmi içindeki yeri ayrıntılı olarak ele alınacaktır.

2.1.1.2. Termal Turizm

Modern yaşamın getirdiği yoğunluk ve stres, bireyleri dinlenme, eğlenme ve yeni yerler keşfetme arayışına yönlendirmektedir. Bu bağlamda, termal turizm son yıllarda popülerlik kazanmış ve gelişimine katkı sağlamıştır (Şengül & Bulut, 2019).

Termal turizm, termomineral suların banyo, içme, inhalasyon ve çamur banyosu gibi yöntemlerle; iklim kürü, fizik tedavi, rehabilitasyon, egzersiz, psikoterapi ve diyet gibi destek tedavilerle birleştirilerek kullanıldığı bir turizm türüdür (Sağlık Bakanlığı 2007). Bu turizm türü, yalnızca sağlık sorunları olan

bireyler tarafından değil, aynı zamanda zindelik ve iyi hissetme amacıyla sağlıklı bireyler tarafından da tercih edilmektedir (Web Health 2023).

Termal tedaviler arasında fizyoterapi, talassoterapi, hidroterapi, balneoterapi, peloidoterapi ve klimaterapi gibi uygulamalar yer almaktadır. Bu tedaviler, romatizmal hastalıklar, cilt rahatsızlıkları, sindirim sistemi problemleri ve stres gibi çeşitli sağlık sorunlarının tedavisinde etkili olmaktadır (Herakles Termal 2023).

Termal turizm, mevsimsel değişikliklere bağlı olmadan yılın dört mevsimi boyunca gerçekleştirilebilir. Bu özelliği, termal turizmi diğer turizm türlerinden ayıran önemli bir faktördür (Afyon Gazlıgöl Termal 2023). Ayrıca, termal suların içerdiği mineraller sayesinde cilt sağlığı geliştirilebilir, kaslar gevşetilebilir ve stres azaltılabilir (Web Health 2023).

Dünya genelinde termal turizm, Çin, Japonya, Almanya, Rusya, İtalya ve Avusturya gibi ülkelerde önemli bir sektör haline gelmiştir. Türkiye, termal kaynaklar açısından Avrupa'da birinci, dünyada ise yedinci sırada yer almaktadır (Turizm Güncel 2017). Ülkemizde 46 ilde 190 kaplıca bulunmakta ve bu kaynaklar, termal turizmin gelişimine katkı sağlamaktadır (ÜSTE 2023).

Türkiye'nin jeotermal kaynakları, Batı Anadolu'daki grabenler, Kuzey Anadolu Fay Hattı ve İç ile Doğu Anadolu'daki volkanik bölgelerde yoğunlaşmaktadır. Bu bölgelerdeki termal kaynaklar, yüksek sıcaklık ve mineral içeriği ile dikkat çekmektedir (İZKA 2021). Özellikle Afyonkarahisar, Kütahya, Balıkesir, İzmir, Manisa ve Denizli gibi iller, termal turizm açısından önemli merkezlerdir (Turizm Aktüel 2023).

Termal turizm, yalnızca sağlık hizmeti sunmakla kalmayıp, aynı zamanda yerel ekonomilere de katkı sağlamaktadır. Termal kaynaklara yakın bölgelerde kurulan işletmeler, istihdam yaratmakta ve bölgesel kalkınmayı desteklemektedir (Herakles Termal 2023).

Bir sonraki bölümde, üçüncü yaş ve engelli turizmi kapsamında yaşlı ve engelli bireylerin sağlık turizmi içindeki yeri detaylı olarak ele alınacaktır.

2.1.1.3. İleri Yaş ve Engelli Turizmi

2.1.1.3.1. İleri Yaş Turizmi

Yaşlılık, bireyin kronolojik yaşının ilerlemesine bağlı olarak biyolojik, fizyolojik, sosyolojik ve psikolojik alanlarda meydana gelen geri dönüşümsüz değişimlerle karakterize edilen bir yaşam evresidir (T.C. Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı 2023). Bu dönemde sağlık, bakım ve sosyal ihtiyaçlar artarken; bireylerin yaşam kalitesini artırmaya yönelik yeni hizmet alanları da gelişmektedir.

Bu bağlamda, **üçüncü yaş turizmi** ya da diğer adıyla **ileri yaş turizmi**, 65 yaş ve üzerindeki bireylerin sağlıklı yaşamlarını sürdürmeleri, hastalıklarla baş etmeleri ve sosyal yaşama katılımlarını artırmaları amacıyla gerçekleştirdikleri seyahat hareketlerini kapsamaktadır (TURSAB 2022). Bu turizm türü, yalnızca tıbbi tedavi değil; aynı zamanda rekreatif, kültürel ve sosyal aktiviteleri de içeren bütüncül bir yaklaşımla ele alınmaktadır.

Dünya genelinde yaşlı nüfusun artması, bu alandaki talebi ve hizmet çeşitliliğini artırmıştır. Türkiye gibi doğal, kültürel ve tarihi zenginliklere sahip ülkeler, yaşlı dostu altyapılar geliştirdikçe bu alanda cazibe merkezi haline gelmektedir (UNWTO 2023). Üçüncü yaş turizmi, özellikle kronik hastalıklara sahip bireylerin tamamlayıcı ve alternatif sağlık uygulamalarına ulaşmalarını kolaylaştırmakta ve yaşam doyumlarını artıracak sosyal etkinliklerle desteklenmektedir (Web Health 2023).

Yapılan araştırmalara göre, yaşlı bireylerin turistik tercihlerinde şu unsurlar ön plana çıkmaktadır:

- Fiziksel erişilebilirliği yüksek mekânlar,
- Tıbbi desteğe kolay ulaşım,
- Düşük efor gerektiren doğa ve kültür turları,
- Sosyalleşmeyi teşvik eden grup aktiviteleri.

TURSAB (2022) verilerine göre Türkiye, iklimi, konaklama olanakları, termal kaynakları ve sağlık hizmetlerinde sunduğu kalite nedeniyle üçüncü yaş

turizmi açısından yüksek potansiyele sahiptir. Özellikle Antalya, Afyonkarahisar, Muğla ve İzmir gibi iller bu alanda ön plana çıkmaktadır.

Tablo 4. Yaşlı nüfus oranının en yüksek ve en düşük olduğu 5 ülke, 2023

Ülkeler	% Oranları
Japonya	30,1
İtalya	24,5
Finlandiya	23,6
Portekiz	23,3
Yunanistan	23,1
Türkiye	10,2
Çad	2,0
Birleşik Arap Emirlikleri	1,9
Zambiya	1,8
Uganda	1,7
Katar	1,6

Kaynak: Birleşmiş Milletler Dünya Nüfus Beklentileri 2023

TÜİK, Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi 2023

İleri yaş turizmi, bireylerin yaşamlarının üçüncü evresinde, yani 50 yaş ve üzerindeki dönemde gerçekleştirdikleri seyahatleri kapsamaktadır. Bu turizm türü, boş zamanın artması, yaşam beklentisinin uzaması ve bireylerin sağlıklarına daha fazla önem vermeye başlamalarıyla birlikte giderek daha fazla önem kazanmaktadır. İleri yaş turizmi, sadece bir tatil aktivitesi değil; aynı zamanda bireylere fiziksel aktivite, sosyal etkileşim, zihinsel dinlenme ve rehabilitasyon olanaklarını bir arada sunan çok yönlü bir hizmet alanıdır (Alaeddinoğlu, Rol 2020).

Bu kapsamda, 50 yaş ve üzeri bireylerin hem tedavi hem de sağlıklı yaşam aktivitelerini aynı anda deneyimlemelerine olanak tanıyan destinasyonlar öne çıkmaktadır. Özellikle doğal güzelliklere ve sakin ortamlara sahip bölgelerin tercih edilmesi, bu bireylerin rahat, güvenli ve kaliteli bir tatil geçirmelerini sağlamaktadır. Emekli bireylerin yılın her döneminde seyahat edebilmeleri, turizm tesisleri açısından da sezon dışı dönemlerde bile ekonomik hareketliliğin sürmesine katkı sunmaktadır (UNWTO 2023).

Güncel araştırmalar, ileri yaş turizminin turizm endüstrisi içinde büyüyen bir pazar segmenti haline geldiğini göstermektedir. Özellikle gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde yaşlı nüfusun artması, bu segmentin stratejik önemini artırmaktadır. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerine göre, 65 yaş ve üzeri bireylerin oranı 2023 itibarıyla %10,2'ye ulaşmıştır ve bu oranın önümüzdeki 20 yıl içinde daha da artacağı öngörülmektedir (TÜİK 2024). Bu durum, ileri yaş grubuna özel hizmetlerin geliştirilmesini ve turizm sektörünün bu doğrultuda yeniden yapılandırılmasını gerekli kılmaktadır.

İleri yaş grubunda olduğu gibi, toplumun farklı kesimlerinin de turizmde özel ihtiyaçlara sahip olduğu bir gerçektir. Bu bağlamda, engelli bireylerin seyahat etme hakkı ve turizm sektöründeki yerleri önemli bir inceleme konusu haline gelmiştir. Bir sonraki bölümde, engelli turizmine ilişkin temel kavramlar ve güncel veriler ele alınacaktır.

2.1.1.3.2. Engelli Turizmi

Engelli turizmi, engelli bireylerin bakım ihtiyaçlarını karşılamak veya rekreasyonel amaçlarla seyahat etmeleri sürecini ifade etmektedir (Şahin, Şahin 2018). Dünya Sağlık Örgütü'ne (DSÖ) göre engellilik; bireyin sağlık durumu ve çevresel faktörler nedeniyle günlük yaşam aktivitelerinde kısıtlılık yaşamasıdır (WHO 2001). Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) ise engelliliği, bireyin iş ve mesleki faaliyetlerini sürdürememesi durumu olarak tanımlamaktadır (ILO 1998). Birleşmiş Milletler Engelli Hakları Sözleşmesi'ne göre de engellilik, bireylerin fiziksel ya da zihinsel farklılıkları nedeniyle, diğer bireylerin kolaylıkla yerine getirdiği temel gereksinimlerde zorluk yaşamasıdır (BM 2006).

Günümüzde dünya nüfusunun yaklaşık %16'sı, yani yaklaşık 1,3 milyar insan, çeşitli düzeylerde engellilik yaşamaktadır. Uzmanlar, kronik hastalıkların artması ve insan ömrünün uzamasıyla birlikte bu oranın ilerleyen yıllarda daha da yükseleceğini öngörmektedir (World Health Organization [WHO] 2023). Engelli bireylerin seyahatlerinde genellikle refakatçiye ihtiyaç duymaları, bu grubu turizm sektörü açısından önemli bir pazar haline getirmiştir.

WHO'nun (2021) bölgesel verilerine göre, engellilik oranı en yüksek kıta Avrupa'dır. Avrupa'yı sırasıyla Amerika, Güneydoğu Asya, Batı Pasifik, Doğu

Akdeniz ve Afrika bölgeleri takip etmektedir. Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) verilerine göre ise dünya genelindeki engelli bireylerin yaklaşık %80'i gelişmekte olan ülkelerde yaşamaktadır. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından 2021 yılında yayımlanan verilere göre, Türkiye'de toplam 5.841.180 engelli birey bulunmaktadır. Bu bireylerin 3.337.922'si kadın, 2.503.258'i ise erkektir (TÜİK 2021).

Türkiye'de engelli bireyler, Özürlüler İdaresi Başkanlığı ve Türkiye İstatistik Kurumu tarafından yapılan araştırmalara göre çeşitli kategorilere ayrılmaktadır. Bu sınıflandırma şu şekildedir (TÜİK 2021):

- **Hareket Engelliler:** Kas ve iskelet sistemi bozukluklarına bağlı olarak hareket kısıtlılığı yaşayan bireyler,
- **Bilişsel Engelliler:** Zihinsel işlevlerde yetersizlik yaşayan bireyler,
- **Görme Engelliler:** Görsel algılama güçlüğü yaşayan bireyler,
- **İşitme Engelliler:** İşitsel algılamada zorluk yaşayan bireyler,
- **Konuşma Engelliler:** İletişimde konuşma temelli güçlük yaşayan bireyler,
- **Öz Bakım İhtiyacı Olanlar:** Sürekli bakım ve destek gerektiren kronik rahatsızlıklara sahip bireyler.

Dünya Sağlık Örgütü'nün (WHO 2017) raporuna göre, engelli bireyler, toplumun diğer bireyelerine kıyasla daha yüksek oranda yoksulluk ve sosyal dışlanma riski taşımaktadır. Bu nedenle erişilebilirlik, engelli bireylerin topluma tam ve eşit katılımı açısından kritik öneme sahiptir.

Türkiye'de 2005 yılında yürürlüğe giren Engelliler Hakkında Kanun, erişilebilirliği şu şekilde tanımlamaktadır: “Binaların, açık alanların, ulaşım ve bilgi hizmetlerinin engelli bireyler tarafından güvenli, bağımsız ve eşit şekilde kullanılabilir hale getirilmesi” (Resmî Gazete 2005).

Avrupa'da artan engelli nüfusu nedeniyle yürürlüğe giren Avrupa Erişilebilirlik Yasası, ürün ve hizmetlerin erişilebilirliğini artırmayı ve yasal engelleri kaldırmayı amaçlamaktadır. Bu yasa kapsamında, engelli ve yaşlı bireyler için

pazarda daha erişilebilir ve rekabetçi ürünler sunulmakta, eğitim ve işgücü piyasasına erişim kolaylaştırılmaktadır (DSÖ 2017).

Türkiye’de engellilere yönelik yasal düzenlemeler, gelişmiş ülkelerle karşılaştırıldığında uygulama açısından çeşitli eksiklikler barındırmaktadır. Mevzuat düzeyinde önemli adımlar atılmış olsa da, uygulamada özellikle zihinsel ve duysal engelli bireyler için yeterli hizmetlerin sunulamadığı görülmektedir. Engelliler Konfederasyonu’nun (2022) raporuna göre, fiziksel erişilebilirlik alanında bazı ilerlemeler kaydedilmiş olsa da, zihinsel, görsel ve işitsel engellilere yönelik hizmetlerin kapsamı ve niteliği sınırlıdır. Bu durum, engelli bireylerin toplumsal yaşama tam katılımını kısıtlamaktadır.

Tablo 5. Türkiye 2023 Kasım ayı raporuna göre engelli kişi sayısı;

Toplam engelli	Erkek engelli	Kadın engelli	Ağır engelli
2.511.950	1.414.643	1.097.307	775.012

Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı’nın (ASHB, 2023) Kasım ayı raporuna göre, Türkiye’de kayıtlı toplam engelli birey sayısı 2.511.950’dir. Bu bireylerin 1.414.643’ü erkek, 1.097.307’si kadındır ve ağır engelli birey sayısı ise 775.012 olarak kaydedilmiştir.

Tablo 6. Türkiye 2023 Kasım Ayı Raporuna Göre Ulusal Veri Sistemine Kayıtlı Olan Engelli Kişi Sayısı

Engel türü	Kişi sayısı	Toplam oran
Görme Engeli	215.076	9,53
İşitme Engeli	179.867	7,97
Dil ve Konuşma Engeli	33.686	1,49
Ortopedik Engelli	311.131	13,78
Zihinsel Engelli	385.313	17,07
Ruhsal ve Duygusal Engelli	170.927	7,57
Toplam Süreğen Hastalık	917.259	40,63
Diğer Hastalık Engelli	44.248	1,96

Kaynak: ASHB 2023

Tablo incelendiğinde 2023 yılı Türkiye kasım ayı raporuna göre ulusal veri sistemine kayıtlı olan engelli kişi sayılarına göre; görme engelli kişi sayısı 215.076’dır. Bu sayı toplam engelli birey oranının %9.53 ünü oluşturmaktadır. İşitme engelli kişi sayısı 179.867’dir. Bu sayı toplam engelli birey oranının %7.97 sini oluşturmaktadır. Dil ve konuşma engelli kişi sayısı 33.686’dır. Bu sayı toplam engelli

birey oranının %1.49 unu oluşturarak en düşük oranı yansıtmaktadır. Ortopedik engelli kişi sayısı 311.131'dir. Bu sayı toplam engelli birey oranının %13.78 ini oluşturmaktadır. Zihinsel engelli kişi sayısı 385.313'tür. Bu sayı toplam engelli birey oranının %17.07 sini oluşturmaktadır. Ruhsal ve duygusal engelli kişi sayısı 170.927'dir. Bu sayı toplam engelli birey oranının %7.57 sini oluşturmaktadır. Toplam süreğen hastalık kişi sayısı 917.259'dur. Bu sayı toplam engelli birey oranının %40.63 ünü oluşturarak en yüksek oranı yansıtmaktadır. Diğer hastalık engelli kişi sayısı 44.248'dir. Bu sayı toplam engelli birey oranının %1.96'sını oluşturmaktadır. (ASHB 2023).

Tablo 7. Türkiye’de Yaşa Göre Engelli Birey Oranı;

Yaş grupları	Erkek	Kadın	Toplam
0-4	19.304	13.881	33.135
5-9	56.267	34.792	91.059
10-14	74.525	48.282	122.807
15-19	79.897	54.181	134.078
20-24	87.544	59.814	147.358
25-29	82.604	50.870	133.474
30-34	86.314	53.293	139.607
35-39	102.437	67.865	170.302
40-44	123.124	82.976	206.100
45-49	134.400	85.994	220.394
50-54	118.951	75.202	194.153
55-59	116.897	84.962	201.859
60-64	91.731	68.522	160.253
65-69	81.101	67.703	148.804
70-74	55.913	57.412	113.325
75-79	42.871	53.899	96.770
80-84	31.629	55.967	87.596
85+	36.374	89.420	125.794

Kaynak: Ulusal Engelli Veri Sistemi

Yaş gruplarına göre incelendiğinde ise 0–4 yaş grubunda en düşük, 45–49 yaş grubunda ise en yüksek engelli birey sayısına rastlanmaktadır. Cinsiyet dağılımı incelendiğinde, 70 yaş ve üzeri gruplarda kadın engelli sayısının erkeklerden fazla olduğu görülmektedir (ASHB 2023).

Tablo 8. İşgücü katılım oranı 2023;

İşgücü Katılım Oranı	Erkek	Kadın
Engelli Nüfus	%35.4	%12.5
Genel Nüfus	%71,1	%35.6

Kaynak: Ulusal Engelli Veri Sistemi

İşgücü katılım oranlarına bakıldığında, 2023 yılı verilerine göre engelli erkeklerin %35,4'ü, engelli kadınların ise %12,5'i işgücüne katılmaktadır. Genel nüfusta bu oran erkeklerde %71,1, kadınlarda %35,6'dır (ASHB 2023).

İleri yaş ve engelli bireylerin turizm faaliyetlerine katılımı, onların yaşam kalitesini artırmada önemli bir araç haline gelmiştir. Özellikle sağlıkla bağlantılı turizm türleri, bu grupların hem sosyal hem de fiziksel ihtiyaçlarını karşılamak açısından büyük fırsatlar sunmaktadır. Bu bağlamda, hem yaşlı hem de engelli bireylerin ihtiyaçlarına hitap eden, sağlıklı yaşamı destekleyen ve rehabilitasyon imkânları sunan turizm türlerinden biri de Spa ve Wellness turizmidir. Bir sonraki bölümde Spa ve Wellness turizminin tanımı, kapsamı ve bu özel gruplar için sunduğu hizmetler ayrıntılı şekilde ele alınacaktır.

2.1.1.4. SPA & Wellness Turizmi

Spa ve wellness turizmi, bireylerin fiziksel, zihinsel ve ruhsal iyilik hallerini desteklemeye yönelik olarak sunulan sağlık, bakım ve rahatlama hizmetlerini kapsamaktadır. “SPA” kavramı, Latince “*sanitas per aquam*” ifadesinden türetilmiş olup “su yoluyla sağlık” anlamına gelmektedir. Wellness ise yalnızca hastalığın olmaması değil; beden, zihin ve ruh sağlığının bütüncül olarak korunması ve geliştirilmesi süreci olarak tanımlanmaktadır (Global Wellness Institute [GWI] 2023).

Bu turizm türü kapsamında sunulan hizmetler yalnızca termal sularla sınırlı kalmayıp, aromaterapi, masaj terapileri, meditasyon, yoga, sağlıklı beslenme programları, cilt bakımı, çamur ve yosun kürleri gibi pek çok uygulamayı da kapsamaktadır (Yurcu 2022). Bu uygulamalar hem koruyucu hem de tamamlayıcı sağlık hizmetleri arasında değerlendirilmektedir.

Spa merkezlerinin tasarımı da bu deneyimi destekleyici niteliktedir. Sessiz ve doğal ortamlarda; aromatik kokular, loş ışıklandırma, doğal dokular ve rahatlatıcı müzikler kullanılarak bireyin duyuşsal olarak da rahatlaması hedeflenmektedir. Özellikle termal kaynaklara sahip destinasyonlar, spa ve wellness turizminde ön plana çıkmakta, bu yönüyle hem yerli hem de yabancı turistler için cazip hale gelmektedir (Siner, Torun 2020).

Küresel ölçekte değerlendirildiğinde, wellness turizmi 2020 sonrası dönemde büyük bir ivme kazanmış; pandeminin ardından bireylerin sağlıklı yaşam arayışlarının artmasıyla bu alana olan talep önemli ölçüde yükselmiştir. Global Wellness Institute (2023) raporuna göre wellness turizmi, dünya genelinde turizm gelirlerinin önemli bir bölümünü oluşturmaktadır ve 2025 yılına kadar pazar hacminin 1.3 trilyon doları aşması beklenmektedir.

2.1.2. Dünya’da Sağlık Turizmi

Günümüzde sağlık turizmi, bireylerin tedavi, rehabilitasyon ya da sağlıklı yaşam hizmetlerinden faydalanmak amacıyla ulusal sınırların ötesine geçerek seyahat ettikleri bir turizm biçimi olarak tanımlanmaktadır. Bu turizm türünde, ülkelerin gelişmişlik düzeyi tek başına belirleyici unsur değildir. Sağlık sisteminin etkinliği, tedavi altyapısının kalitesi, sağlık personelinin yeterliliği ve düşük maliyet gibi faktörler destinasyon tercihlerinde önemli rol oynamaktadır (Global Wellness Institute 2023).

Dünya genelinde yaşanan nüfus, kronik hastalıklarda artış ve sağlıklı yaşam arayışları, sağlık turizmini her geçen yıl daha da önemli hale getirmektedir. 2023 yılı verilerine göre sağlık turizmi harcamaları dünya çapında 868 milyar Amerikan dolarına ulaşmıştır. Bu rakamın 2024 yılı itibarıyla 1 trilyon doları aşması beklenmektedir (Global Wellness Institute 2023). Sağlık turizmi yalnızca tıbbi tedavi hizmetlerini değil; estetik cerrahi, diş sağlığı, ortopedi, göz hastalıkları, doğurganlık tedavileri, termal kürler ve wellness hizmetlerini de kapsayan geniş bir yelpazeyi içermektedir.

Türkiye, stratejik konumu, nitelikli sağlık altyapısı, uygun maliyetli hizmetleri ve tecrübeli sağlık personeli ile sağlık turizmi alanında dikkat çeken ülkeler arasında yer almaktadır. Uluslararası Sağlık Hizmetleri A.Ş. (USHAŞ) tarafından yayımlanan 2023 verilerine göre, Türkiye’ye sağlık hizmeti almak amacıyla gelen yabancı hasta sayısı 1.538.643’e ulaşmıştır. Bu hizmetlerden elde edilen gelir ise 3 milyar Amerikan dolarının üzerine çıkmıştır (USHAŞ 2023). Türkiye’de en çok tercih edilen branşlar arasında kadın hastalıkları, dahiliye, göz hastalıkları, ortopedi, diş sağlığı ve kulak burun boğaz yer almaktadır.

Sağlık turizmi, ekonomik getirisi yüksek ve yıl boyunca süreklilik arz eden bir sektör olarak ülkelerin kalkınmasına çok yönlü katkı sağlamaktadır. Bu katkılar; döviz girdisi, tanıtım imkânı, sağlık sisteminin gelişimi, istihdamın artırılması ve doğal kaynakların etkin kullanımını içermektedir. Aynı zamanda, sağlık turizmi sayesinde ülkeler, yalnızca yerel halk için değil, küresel düzeyde hastalar için de erişilebilir ve kaliteli sağlık hizmetleri sunma hedefiyle altyapılarını güçlendirmektedir.

Sonuç olarak, sağlık turizmi hem bireylerin daha kaliteli sağlık hizmetlerine ulaşmalarına olanak tanımakta hem de ülkeler için stratejik bir kalkınma aracı olarak değer kazanmaktadır. Özellikle Türkiye gibi gelişmekte olan ülkeler için sağlık turizmi, ekonomik büyümenin sürdürülebilirliği açısından önemli fırsatlar sunmaktadır.

Bu kapsamda, sağlık turizminin küresel düzeyde gelişimini anlayabilmek için, sağlık turizmi alanında öne çıkan ülke örneklerine odaklanmak gerekmektedir. Bu çerçevede, dünya genelinde sağlık turizminin öne çıkan merkezleri arasında yer alan ülkelere biri de Hindistan'dır. Sağlık altyapısı, ileri teknoloji kullanımı ve uygun maliyet avantajları ile Hindistan, küresel sağlık turizmi pazarında önemli bir destinasyon haline gelmiştir.

2.1.2.1. Hindistan

Hindistan, son yıllarda sağlık turizminde öne çıkan ülkeler arasında yer almakta ve bu alanda sunduğu hizmet kalitesiyle küresel düzeyde rekabetçi bir konuma ulaşmıştır. Ülkedeki ileri düzey tıbbi teknoloji kullanımı, yüksek nitelikli sağlık personeli ve düşük tedavi maliyetleri, Hindistan'ı cazip bir sağlık turizmi destinasyonu haline getirmektedir (Medical Tourism Association 2023). Özellikle Apollo Hospitals gibi özel sağlık kuruluşları, uluslararası akreditasyona sahip altyapıları ve deneyimli uzman kadroları ile yabancı hastaların öncelikli tercihleri arasında yer almaktadır.

Hindistan'ın sağlık turizminde öne çıkan en büyük avantajları, tedavi maliyetlerinin Batı ülkelerine göre %60-80 oranında daha düşük olması ve hastaların tedaviye beklemeden, çoğu zaman ikinci günden itibaren başlayabilmesidir. Bu

durum, zaman ve maliyet açısından avantaj arayan sağlık turistleri için Hindistan'ı daha çekici kılmaktadır (Global Healthcare Resources 2023).

Bununla birlikte, ülkede bazı yapısal sorunların varlığı da dikkat çekmektedir. Özellikle kamu sağlık sisteminin yetersizliği ve özel sağlık sektörünün öncelikle yabancı hastalara odaklanması, yerel halkın sağlık hizmetlerine erişimini sınırlandıran temel problemler arasında yer almaktadır (WHO India 2021). Kırsal alanlarda kamu sağlık hizmetleri ne çıkarken, kentsel ve gelişmiş bölgelerde özel hastanelerin hâkimiyeti daha fazladır. Bu dengesizlik, sağlık hizmetlerinin eşit ve sürdürülebilir sunumunu zorlaştırmaktadır.

Hindistan, yalnızca modern tıbbi hizmetleriyle değil, aynı zamanda geleneksel tıp uygulamalarıyla da sağlık turizmi gelirlerini artırmaktadır. Ayurveda, yoga, siddha ve unani gibi alternatif ve tamamlayıcı tıp yöntemleri, modern tedavi süreçleriyle birlikte sunulurken geniş bir hasta profiline hitap etmektedir (Ministry of AYUSH 2022). Bu çok yönlü yaklaşım, Hindistan'ın sağlık turizmindeki rekabet gücünü artıran faktörlerden biridir.

Ayrıca Hindistan, uluslararası tanıtım stratejileriyle de sağlık turizmi alanındaki etkinliğini artırmaktadır. Nijerya, Umman, Katar ve Bangladeş gibi lkelerde açtığı sağlık danışmanlık ofisleri aracılığıyla potansiyel hastalara doğrudan ulaşmakta ve sağlık hizmetlerini küresel ölçekte tanıtmaktadır (India Brand Equity Foundation 2023).

Türkiye ile karşılaştırıldığında, Hindistan daha düşük maliyet avantajına sahipken; Türkiye, Avrupa'ya olan coğrafi yakınlığı, sağlık altyapısının kalitesi ve kısa ulaşım süreleriyle öne çıkmaktadır. Her iki ülke de sağlık turizminde önemli destinasyonlar arasında yer almakta, ancak hedefledikleri pazarlar ve sundukları hizmet profilleri açısından farklılaşmaktadır.

Günümüzde sağlık turizmi, yalnızca medikal tedavi ihtiyaçlarıyla sınırlı kalmayıp, estetik ve kozmetik müdahaleler gibi farklı alanlarda da gelişim göstermektedir. Bu doğrultuda, özellikle estetik cerrahi alanında ne çıkan ülkelerden biri olan Brezilya, sahip olduğu uzmanlık düzeyi ve uygun maliyet avantajları ile sağlık turizminde dikkat çekici bir destinasyon haline gelmiştir.

2.1.2.2. Brezilya

Estetik cerrahi alanındaki uzmanlaşmış sağlık hizmetleri ile dikkat çeken Brezilya, son yıllarda medikal turizm açısından öne çıkan destinasyonlardan biri haline gelmiştir. Uluslararası Estetik Plastik Cerrahi Derneği'nin (ISAPS) 2023 yılı raporuna göre, Brezilya, Amerika Birleşik Devletleri'nin ardından en fazla estetik cerraha sahip ikinci ülke konumundadır. 2022 yılında ülkede 2 milyonu aşkın estetik cerrahi operasyon gerçekleştirilmiş olması, Brezilya'nın bu alandaki küresel liderliğini pekiştirmektedir (ISAPS 2023).

Brezilya'nın sağlık turizmindeki cazibesinin temel nedenlerinden biri, yüksek kaliteli sağlık hizmetlerinin gelişmiş ülkelere kıyasla daha uygun maliyetlerle sunulmasıdır. Özellikle ABD, Avrupa ve Latin Amerika ülkelerinden gelen sağlık turistleri, Brezilya'da estetik ve rekonstrüktif cerrahi başta olmak üzere çeşitli medikal hizmetlerden yararlanmaktadır. Bu durum, ülkenin küresel sağlık turizmi pazarında rekabet gücünü artırmaktadır (Pocock, Phua 2023).

Ülkenin en önemli sağlık turizmi merkezlerinden biri olan São Paulo, operasyon hacmi açısından öne çıkmaktadır. Brezilya Plastik Cerrahi Derneği'ne (SBCP) göre, ülkede gerçekleştirilen tüm estetik cerrahi operasyonlarının %34,4'ü São Paulo eyaletinde, %60'ı ise doğrudan São Paulo şehrinde gerçekleştirilmektedir (SBCP 2023). Bu yoğunluk, şehrin medikal turizm alanındaki altyapısının ve uzman kaynaklarının gelişmişliğini ortaya koymaktadır.

Ayrıca Brezilya, sağlık hizmetlerinin uluslararası düzeyde kalite güvence sistemlerine uyumunu sağlamak amacıyla akreditasyon süreçlerine büyük önem vermektedir. Joint Commission International (JCI) verilerine göre, 2023 itibarıyla Brezilya'da JCI akreditasyonuna sahip 72 sağlık kuruluşu bulunmaktadır ve bu sayı ile ülke, Latin Amerika'da en fazla JCI akreditasyonuna sahip devlet konumundadır (Joint Commission International 2023). Bu durum, Brezilya'nın sağlık altyapısının uluslararası standartlara uygunluğunu ortaya koymaktadır.

Ancak sağlık turizmi sektöründe kurumsal yapı bakımından bazı eksiklikler de mevcuttur. 2022 yılında Brezilya Sağlık Turizmi Derneği'nin (ABRATUS) faaliyetlerine son vermesi, ülkedeki sektörel organizasyon eksikliğini gözler önüne sermiştir (Panrotas 2023). Bununla birlikte, Brezilya Seyahat Acenteleri Birliği

(ABAV) ve Brezilya Turizm Operatörleri Birliği (Braztoa) aracılığıyla sağlık turizmi alanında çeşitli tanıtım ve organizasyon faaliyetleri sürdürülmektedir. Bu girişimler, Brezilya'nın sağlık turizmindeki sürekliliğini desteklemeye yönelik önemli adımlardır.

Brezilya'nın estetik cerrahi odaklı sağlık turizmi pazarındaki güçlü konumunun ardından, Asya kıtasında dikkat çeken bir diğer ülke ise Malezya'dır. Gelişmiş sağlık altyapısı, uygun maliyetli hizmetleri ve uluslararası standartlarda sunduğu bakım kalitesi ile Malezya, sağlık turizmi alanında yükselen bir destinasyon olarak öne çıkmaktadır.

2.1.2.3. Malezya

Malezya, deneyimli sağlık personeli, ileri düzey tıbbi altyapısı ve hasta odaklı hizmet anlayışıyla, Asya kıtasında sağlık turizmi açısından ön plana çıkan ülkelerden biri haline gelmiştir. 21. yüzyılda sağlık hizmetlerine yönelik uluslararası taleplerin artmasıyla birlikte, başta Amerika Birleşik Devletleri olmak üzere pek çok gelişmiş ülkeden gelen hastalar, kaliteli ve uygun maliyetli sağlık hizmetlerinden yararlanmak amacıyla Malezya'yı tercih etmektedir (Global Health and Travel 2020).

Türkiye, Hindistan, Tayland, Güney Afrika, Singapur, Meksika, Macaristan ve Kosta Rika gibi ülkelerle birlikte küresel sağlık turizmi pazarında yer alan Malezya, sunduğu avantajlarla rakiplerinden ayrılmaktadır. Malaysia Healthcare Travel Council (2022) verilerine göre, ülkede özellikle diş tedavileri, estetik cerrahi, organ nakli, diyaliz uygulamaları ve obezite cerrahisi gibi hizmetler ön plana çıkmaktadır. Bu hizmetlerin maliyeti, gelişmiş ülkelere kıyasla oldukça düşük seviyelerde olup, bu durum Malezya'yı sağlık turistleri açısından cazip bir destinasyon haline getirmektedir.

Malezya'nın sağlık turizmindeki başarısının temelinde uygun fiyat politikalarının yanı sıra yüksek kalitede ve hızlı erişilebilen sağlık hizmetleri yer almaktadır. Ayrıca 70'ten fazla ülkenin vatandaşlarına vizesiz giriş imkânı tanınması, ülkeye yapılan sağlık amaçlı seyahatleri kolaylaştırmakta ve cazibeyi artırmaktadır (MHTC 2022). Kamu ve özel sağlık kuruluşlarının uluslararası standartlarda hizmet sunması da hasta memnuniyetini artıran bir diğer önemli faktördür.

Ülkede sağlık turistlerinin en çok tercih ettiği hizmetlerin başında cerrahi müdahaleler gelmektedir. Özellikle obezite cerrahisi işlemleri, Malezya’da sağlık turizmi kapsamında en fazla talep gören uygulamalardan biridir (Zailani vd., 2016). Bu çerçevede, Malezya yalnızca Asya’nın değil, küresel sağlık turizmi pazarının da önemli bir aktörü haline gelmiştir. Bu başarıyı destekleyen unsurlardan biri de prestijli sağlık kurumlarının uluslararası düzeyde tanınmasıdır. Örneğin, Gleneagles Kuala Lumpur Hastanesi’nin 2014 yılında *International Medical Travel Journal* (IMTJ) tarafından “Yılın En İyi Hastanesi” ödülüne layık görülmesi, Malezya’nın bu alandaki uluslararası itibarını güçlendirmiştir (Zailani vd., 2016).

Sağlık turizmine yönelik stratejik kamu politikaları, güçlü özel sektör yatırımları ve sağlık hizmetlerinin uluslararası akreditasyonlarla desteklenmesi sayesinde, Malezya sağlık turizminde Asya’nın lider ülkelerinden biri konumuna gelmiştir.

Malezya, sağlık turizminde sunduğu uygun maliyetli ve kaliteli hizmetlerle Asya’da önemli bir destinasyon olmayı sürdürmektedir. Ancak bölgedeki sağlık turizmi rekabeti yalnızca Malezya ile sınırlı değildir. Özellikle estetik cerrahi ve alternatif tedavi yöntemleriyle öne çıkan bir diğer önemli ülke de Tayland’dır. Bir sonraki bölümde, Tayland’ın sağlık turizmindeki yeri ve sunduğu hizmetler detaylı şekilde ele alınacaktır.

2.1.2.4. Tayland

Tayland, 1970’li yıllarda cinsiyet değiştirme operasyonlarındaki başarılarıyla sağlık turizmi alanında dikkat çekmiş, sonraki yıllarda özellikle kozmetik cerrahideki gelişmeler sayesinde bu alandaki konumunu güçlendirmiştir (Thailand Medical News 2023). Günümüzde ülke, hem düşük maliyetli tedavi seçenekleri hem de yüksek hizmet kalitesi ile sağlık turistleri tarafından sıklıkla tercih edilmektedir (World Travel and Tourism Council [WTTC] 2023).

Tayland’ın öne çıkan tıbbi alanları arasında kozmetik cerrahi, diş tedavisi, kalp hastalıkları, ortopedi, tüp bebek (IVF), bariatrik cerrahi ve göz tedavileri yer almaktadır. Ayrıca İngilizce dilinde hizmet sunan hastaneler ve sağlık personelinin yaygınlığı, Tayland’ı yabancı hastalar için daha erişilebilir kılmaktadır (International Medical Travel Journal [IMTJ] 2022).

Tayland'ın sağlık turizmini cazip hale getiren başlıca nedenler; uygun maliyet, uzman sağlık personeli, teknolojik donanım ve kişiselleştirilmiş hizmetlerdir. Örneğin Bangkok, Chiang Mai ve Phuket'teki özel hastaneler; konforlu hasta odaları, evrimii danışmanlık hizmetleri ve çok dilli destek sunarak hasta memnuniyetini artırmaktadır (Healthcare Asia 2023).

COVID-19 pandemisi öncesinde Tayland'ın sağlık turizminden yıllık ortalama 600 milyon doların üzerinde gelir elde ettiği ve 2020 itibarıyla dünyada en çok sağlık turisti ağırlayan ilk beş ülke arasında yer aldığı belirtilmektedir (WTTC 2023). lke genelinde çok sayıda özel hastanenin Joint Commission International (JCI) akreditasyonuna sahip olması da uluslararası hasta güveni açısından önemli bir göstergedir (JCI 2023).

Tayland'ın sağlık turizmi alanında elde ettiği bu başarıların ardından, Asya'nın bir diğer önemli sağlık turizmi merkezi olan Singapur ne çıkmaktadır. Yüksek yaşam standartları, gelişmiş sağlık altyapısı ve küresel hasta potansiyeli ile Singapur, bölgedeki sağlık turizmi destinasyonları arasında ayrıcalıklı bir konuma sahiptir.

2.1.2.5. Singapur

Singapur, Malezya'nın güneyinde yer alan, yüksek yaşam kalitesi ve ileri düzey sağlık altyapısıyla ne çıkan bir ada devletidir. Ortalama yaşam sresinin 83 yıl, bebek ölüm oranının ise binde 2 gibi düşük bir seviyede olması, ülkeyi Asya'nın en sağlıklı toplumlarından biri haline getirmiştir (World Health Organization [WHO], 2023).

Ülkenin sağlık turizminde tercih edilmesinin başlıca nedenleri arasında; yüksek kaliteli sağlık tesisleri, ileri düzey tanı ve tedavi teknolojileri, uygun maliyetli özel sağlık hizmetleri ve düşük suç oranı yer almaktadır (Tan, Koay 2022). Aynı zamanda, dini ve kültürel çeşitliliği, modern mimarisi ve şehir planlaması sayesinde, hem turizm hem de sağlık hizmetleri açısından çekici bir destinasyon niteliği taşımaktadır (Singapore Tourism Board 2023).

Singapur'da en fazla tercih edilen tedavi alanları arasında; ortopedi, kardiyoloji ve kalp cerrahisi, onkoloji, nöroloji, diş cerrahisi, plastik ve estetik cerrahi ile medikal estetik uygulamaları yer almaktadır. Özellikle Mount Elizabeth,

Gleneagles ve Raffles gibi dünya çapında tanınan özel hastaneler, sağlık turistlerine çok dilli ve yüksek nitelikli hizmet sunmaktadır (Singapore Economic Development Board 2022).

Küresel sağlık sıralamalarında Singapur, Bloomberg Global Health Index 2023 raporuna göre dünyanın en sağlıklı dördüncü ülkesi olarak listelenmiştir. Ülkede görev yapan sağlık personelinin önemli bir kısmı yabancı uyrukludur; bu da uluslararası hastalarla etkili iletişim kurulmasına olanak sağlamaktadır (Bloomberg 2023).

Singapur'un sağlık turizmi pazarında güçlü bir yer edinmesinde; Çin, Endonezya, Hindistan, Malezya, Japonya, Filipinler, ABD, Güney Kore ve Vietnam gibi ülkelerden gelen yüksek sayıda hasta önemli bir rol oynamaktadır (Singapore Medical Tourism Report 2023). Bu ülkelerle olan coğrafi yakınlık ve ulaşımındaki kolaylık da sağlık turizmini destekleyen diğer faktörlerdendir.

Sağlık turizmi, küresel düzeyde hem ekonomik getirisi hem de bireylerin sağlık hizmetlerine erişimini artırma kapasitesi bakımından stratejik bir sektör haline gelmiştir. Singapur, Hindistan, Brezilya, Malezya ve Tayland gibi ülkeler; kısa bekleme süreleri, ileri teknoloji, uluslararası akreditasyonlara sahip sağlık kuruluşları ve kültürel uyum kabiliyeti sayesinde sağlık turizminde öncü aktörler arasında yer almaktadır (Connell 2011; Lunt vd., 2014). Ayrıca, yaşlanan nüfus, sağlık hizmetlerine artan talep ve küresel sağlık sistemlerindeki maliyet farklılıkları, önümüzdeki yıllarda sektörün büyümesini sürdürecektir temel etkenler arasında gösterilmektedir (Turner 2013; Bookman and Bookman 2007).

2.1.3. Türkiye’de Sağlık Turizmi

Türkiye, coğrafi konumu, iklim çeşitliliği, güvenli yapısı ve uygun fiyat avantajlarıyla sağlık turizminde öne çıkan destinasyonlardan biri haline gelmiştir. Dört mevsimin yaşanabilirliği ve uluslararası erişilebilirliği sayesinde yıl boyunca sağlık turistlerine cazip fırsatlar sunmaktadır (World Travel and Tourism Council [WTTC] 2023).

Türkiye’de sağlık turizminin gelişmesinde 2003 yılında başlatılan Sağlıkta Dönüşüm Programı, önemli bir dönüm noktası olmuştur. Bu program ile birlikte

kamu-özel sektör iş birliği artmış, sağlık altyapısı güçlendirilmiş ve hizmet kalitesi yükseltilmiştir (Ministry of Health of Turkey 2022). Bu reform süreci, ülkeyi yalnızca yerli değil, yabancı hastalar açısından da çekici hale getirmiştir.

Özellikle ulaşım kolaylığı, gelişmiş sağlık altyapısı ve rekabetçi maliyet avantajı, Türkiye'yi Avrupa ve Orta Doğu ülkeleriyle karşılaştırıldığında üstün bir konuma taşımaktadır (Presidency of Strategy and Budget 2023). Medikal turizm kapsamında en çok talep gören alanlar arasında estetik cerrahi, diş tedavileri, tüp bebek uygulamaları, göz hastalıkları tedavisi, kalp ve damar cerrahisi gibi yüksek teknoloji gerektiren uygulamalar yer almaktadır (Turkish Statistical Institute [TurkStat] 2023).

Ayrıca Türkiye, termal kaynak zenginliği ve geleneksel misafirperverlik kültürü ile de dikkat çekmektedir. UNESCO tarafından "Sağlık ve İyileşme Şehirleri" listesine alınan Afyonkarahisar ve Yalova gibi iller, özellikle termal turizm açısından ön plana çıkmaktadır (UNESCO 2022).

2024 itibarıyla yapay zeka, artırılmış gerçeklik ve robotik cerrahi gibi ileri teknolojilerin sağlık hizmetlerine entegrasyonu, Türkiye'nin sağlık turizminde sunduğu olanakları çeşitlendirmiştir. Bu gelişmeler, kişiselleştirilmiş sağlık hizmetlerine geçişi kolaylaştırmış ve hasta memnuniyetini artırmıştır (International Health Services Inc. [USHAŞ] 2024).

On İkinci Kalkınma Planı (2024–2028) kapsamında, Türkiye'nin sağlık turizminde 2053 yılına kadar robotik cerrahi ve yüksek teknolojiye dayalı uygulamalarda dünya liderliği hedeflediği belirtilmektedir. Bu kapsamda, uluslararası hasta sayısının artırılması ve yeni sağlık yatırım bölgelerinin oluşturulması planlanmaktadır (Presidency of Strategy and Budget 2023).

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerine göre, sağlık turizmi verilerinde son yıllarda dikkate değer bir artış yaşanmıştır. Aşağıdaki tabloda 2015-2023 yılları arasında Türkiye'ye gelen sağlık turistlerinin sayıları görülmektedir:

Tablo 9. Türkiye’ye Gelen Sağlık Turist Sayıları 2015-2023

Yıllar	Sağlık Turist Sayısı
2015	395.019
2016	400.699
2017	467.302
2018	594.851
2019	701.046
2020	407.423
2021	670.730
2022	1.258.382
2023	1.398.504

Kaynak: TÜİK

Veriler incelendiğinde, özellikle 2022 ve 2023 yıllarında sağlık turist sayısında büyük bir artış yaşandığı görülmektedir. 2023 yılında 1.398.504 sağlık turistinin Türkiye’yi ziyaret ettiği kaydedilmiştir.

Sağlık turizm gelirleri de paralel bir artış göstermiştir. İlgili veriler aşağıdaki tabloda sunulmaktadır:

Tablo 10. Sağlık Turizm Gelirleri;

YILLAR	Sağlık Turizm Gelirleri (Bin USD)
2015	\$ 638.622
2016	\$ 715.438
2017	\$ 827.331
2018	\$ 863.307
2019	\$ 1.492.438
2020	\$ 1.164.779
2021	\$ 1.726.973
2022	\$ 2.119.059
2023	\$ 2.307.130

Kaynak: TÜİK

Türkiye, sunduğu kaliteli ve uygun maliyetli sağlık hizmetleriyle uluslararası hastalar için önemli bir destinasyon haline gelmiştir. Özellikle tercih edilen branşlar arasında kadın hastalıkları, iç hastalıkları, göz hastalıkları, tıbbi biyokimya, genel cerrahi, diş hekimliği, ortopedi ve travmatoloji, enfeksiyon hastalıkları ile kulak-burun-boğaz hastalıkları öne çıkmaktadır. Bununla birlikte, en çok talep gören uygulamalar arasında saç ekimi, diş tedavileri, kanser tedavileri ve plastik cerrahi işlemleri yer almaktadır (Turkish Healthcare Travel Council [THTC] 2024).

Son yıllarda Türk Lirası'nın değer kaybı, Türkiye'nin sağlık turizminde maliyet açısından daha rekabetçi bir pozisyona yükselmesini sağlamıştır. Bu durum, özellikle İstanbul, Antalya ve İzmir gibi şehirleri medikal turistler için cazip hale getirmiştir. Nitekim Türkiye, estetik turizm alanında küresel sıralamada 7. sırada yer almaktadır (International Society of Aesthetic Plastic Surgery [ISAPS] 2023).

Dijital pazarlama stratejilerinin gelişimi, Türkiye'nin sağlık hizmetlerini küresel ölçekte tanıtmasında büyük rol oynamıştır. Özellikle ortopedi, kardiyoloji ve onkoloji gibi uzmanlık alanlarında yüksek teknolojiye dayalı tedavi yöntemleriyle önemli ilerlemeler kaydedilmiştir (USHAŞ 2023). Ayrıca, Türkiye'nin sunduğu uygun fiyat avantajı, kısa bekleme süreleri ve bazı ülkelerde görülen sigorta kapsamı yetersizlikleri, sağlık turistlerinin Türkiye'yi tercih etmesinde etkili faktörler arasındadır (Connell 2013).

Türkiye, yalnızca medikal turizmde değil; termal turizm, SPA ve wellness turizmi gibi alanlarda da hizmet sunarak sektördeki çeşitliliğini artırmaktadır. Özellikle Afyonkarahisar, Yalova ve Kütahya, doğal kaplıca kaynakları sayesinde dinlenme ve tedaviyi bir arada sunan destinasyonlar arasında yer almaktadır (Ministry of Culture and Tourism 2023).

Ancak, yabancı dil yeterliliği konusu Türkiye'nin sağlık turizmindeki zayıf noktalarından biri olarak değerlendirilmektedir. Uluslararası hastalarla etkili iletişim kurmakta zaman zaman zorluk yaşanmakta, bu da hasta memnuniyetini olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Bu nedenle, çok dilli sağlık personeli istihdamı ve tercüman desteği hizmetlerinin yaygınlaştırılması önem arz etmektedir (USHAŞ 2023).

Bir sonraki bölümde, Sivas'ta sağlık turizminin turizm potansiyeline odaklanacağız. Sivas'ın termal kaynakları, şifalı sularının yanı sıra, tarihi ve kültürel dokusu ile uyumlu hale gelen sağlık turizmi uygulamalarını ele alacağız.

2.1.3.1. Sivas'ta Sağlık Turizmi

Sivas, tarihi ve doğal kaynaklarıyla Türkiye'nin sağlık turizminde öne çıkan illerindendir. Şehir; kültür, doğa ve inanç turizminin yanı sıra özellikle termal turizmiyle dikkat çekmektedir. Sıcak Çermik ve Kangal Balıklı Kaplıca gibi

merkezler, romatizma ve cilt hastalıklarının tedavisinde doğal alternatifler sunmaktadır (Haber Optimum 2024).

2024 yılının ilk dört ayında Sivas'ı 218.580 turist ziyaret etmiş olup, bu rakam şehirde turizm bilincinin ve altyapısının geliştiğini göstermektedir (Sivas Valiliği, 2024). Ancak yabancı turist sayısı hâlâ sınırlıdır. Sağlık turizminin gelişmesi için uluslararası tanıtım, altyapı yatırımları ve yabancı dil bilen personel sayısının artırılması gerekmektedir (Gündem Sivas 2024).

2.1.3.2. Sivas'ta Termal Turizm

Sivas, sahip olduğu doğal termal kaynaklar sayesinde sağlık turizmi açısından önemli bir potansiyele sahiptir. Özellikle termal turizmin gelişimi bağlamında şehirdeki kaplıcalar, çeşitli hastalıkların tedavisinde kullanılmakta ve bölgeye sağlık amacıyla gelen ziyaretçilerin ilgisini çekmektedir (Sivas Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü 2011).

Şehirde öne çıkan başlıca kaplıcalar şunlardır:

- **Sıcak Çermik:** Sivas-Ankara karayolu üzerinde yer alan bu kaplıca, romatizmal ve cilt hastalıklarının tedavisinde yaygın olarak tercih edilmektedir (Sivas Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü 2011).
- **Soğuk Çermik:** Sivas merkeze 18 km uzaklıkta bulunan bu kaplıca, eklem rahatsızlıkları ve nörolojik hastalıkların tedavisinde kullanılmaktadır (Sivas Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü 2011).
- **Kangal Balıklı Çermik:** Özellikle sedef hastalığının tedavisinde etkili olan bu kaplıca, balıkların hastalıklı cilt dokularını temizlemesiyle bilinir ve dünya çapında ün kazanmıştır (Kültür Portalı n.d.).

Bu termal alanlar, Sivas'ın sağlık turizmi açısından bölgesel ve uluslararası ölçekte rekabet gücünü artırmakta, şehri önemli bir alternatif destinasyon haline getirmektedir (Kültür Portalı n.d.).

2.2. Tüketici Davranışları

Son yıllarda teknolojik gelişmeler ve dijital altyapının yaygınlaşmasıyla birlikte tüketici davranışlarında köklü değişiklikler meydana gelmiştir. Özellikle sağlık turizmi gibi özel hizmet sektörlerinde, bireylerin karar alma süreçleri dijital ortamların etkisiyle şekillenmektedir. Elektronik hizmet platformları ve çevrim içi ödeme sistemleri, sağlık turistlerinin bilgiye erişimini kolaylaştırmakta ve tercihlerini etkilemektedir. Dijital kaynaklardan sağlanan kullanıcı yorumları, fiyat karşılaştırmaları ve sanal danışmanlık hizmetleri, tüketicilerin sağlık hizmeti sağlayıcılarını daha bilinçli şekilde seçmelerini sağlamaktadır (OECD 2021).

Sivas ilinde sağlık turizmine katılan turistlerin demografik özelliklerini ve bu özelliklerin tüketici davranışları üzerindeki etkisini araştıran bir çalışmada, 404 katılımcı ile yapılan anketler doğrultusunda, katılımcıların yaş, cinsiyet, meslek, eğitim durumu gibi demografik faktörleri analiz edilmiştir. Bu tür analizler, tüketici davranışlarının sadece bireysel tercihlerle değil, aynı zamanda çevresel ve sosyo-kültürel faktörlerle de şekillendiğini ortaya koymaktadır (Solomon 2018).

Tüketim, yalnızca bireylerin temel ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik bir faaliyet değil; aynı zamanda kimlik inşası, sosyal statü edinme ve kişisel arzuların tatmini gibi psikolojik ve sosyokültürel unsurları da içeren çok yönlü bir süreçtir. Bu doğrultuda, bireylerin sağlık turizmi tercihleri yalnızca fiziksel sağlık gereksinimleriyle sınırlı kalmamakta; aynı zamanda bireylerin psikolojik tatmin arayışları ve sosyal kabul görme istekleriyle de şekillenmektedir (Solomon 2018). Tüketici davranışları ise bu çok katmanlı etkileşimlerin sonucunda oluşur. Kişilerin ürün ve hizmet seçimleri yalnızca sunulan bilgilerin değerlendirilmesiyle değil; aynı zamanda bireysel geçmiş deneyimler, sosyal çevreden gelen etkiler ve kültürel inançlar gibi faktörlerle de doğrudan ilişkilidir (Solomon 2018).

2.2.1. Tüketici davranışlarını etkileyen psikolojik faktörler:

Sağlık turizmi bağlamında, turistlerin karar verme süreçlerini etkileyen temel psikolojik unsurlar arasında motivasyon, algı, öğrenme ve inançlar yer almaktadır. Motivasyon, bireylerin sağlıklı kalma ve yaşam kalitesini artırma isteklerini yönlendirirken; algı ve öğrenme süreçleri, sağlık hizmetlerinin bireyler tarafından

nasıl değerlendirildiğini şekillendirir. Öte yandan, bireylerin sahip olduğu inançlar ve tutumlar, sağlık turizmine yönelik genel yaklaşımlarını ve bu hizmetleri tercih etme kararlarını doğrudan etkilemektedir (Kotler, Bowen and Makens 2016).

2.2.2. Tüketici davranışını etkileyen sosyokültürel faktörler:

Sağlık turizmi tüketicilerinin tercihleri, kültürel unsurlardan önemli ölçüde etkilenmektedir. Kültür, bireylerin sağlık turizmine ilişkin beklenti ve tercihlerinin şekillenmesinde temel bir rol oynar. Alt kültürler ve sosyal sınıflar ise belirli sağlık hizmetlerine yönelik talebi farklılaştırabilir. Bu durum, Sivas gibi kültürel çeşitliliğe sahip bölgelerde, sağlık turizmi hizmetlerinden yararlanan turist profillerinin çeşitlenmesine katkı sağlamaktadır. Ayrıca, bireylerin sağlık hizmeti tercihlerinde referans grupları da etkili olmakta; kişiler, sosyal çevrelerinin görüş ve deneyimlerinden etkilenerek kararlarını şekillendirmektedir (Schiffman, Kanuk 2010).

2.2.3. Tüketici davranışını etkileyen demografik faktörler:

Sağlık turizmi alanında tüketici profillerini etkileyen başlıca demografik etmenler arasında yaş, meslek, eğitim düzeyi ve medeni durum yer almaktadır. Bu faktörler, bireylerin sağlık hizmeti arayışlarını yönlendirmekte ve hangi tür sağlık hizmetlerine ilgi gösterecekleri üzerinde belirleyici olmaktadır. Örneğin, yaş ilerledikçe kronik hastalıklara yönelik tedavi arayışları artarken; eğitim düzeyi yüksek bireylerin daha bilinçli ve araştırmacı bir yaklaşımla sağlık turizmi tercihlerini şekillendirdiği gözlemlenmektedir (Kotler, Keller 2016).

2.2.4. Tüketicinin satın alma davranışı

Tüketicilerin satın alma davranışları, genel olarak üç temel başlık altında değerlendirilmektedir: rutin karar alma, sınırlı problem çözme ve kapsamlı problem çözme. Sağlık turizmi bağlamında bu sınıflandırma, bireylerin sağlık hizmeti tercihlerinde nasıl bir karar süreci izlediklerini anlamak açısından önemli bir çerçeve sunar. Rutin karar alma davranışında, bireyler daha önce deneyimledikleri ve güvendikleri sağlık kurumlarını tercih ederken; sınırlı problem çözme süreci, belirli düzeyde bilgi arayışı ve değerlendirme gerektirir. Kapsamlı problem çözme ise, bireyin ilk kez karşılaştığı bir hizmet hakkında detaylı araştırma yaptığı ve karar

sürecini daha karmaşık bir şekilde yürüttüğü bir davranış biçimini yansıtır (Oflaz 2008).

Bununla birlikte, dijitalleşmenin yaygınlaşması, tüketici davranışlarının dönüşümünü hızlandırmıştır. Dinç (2018), bilgiye erişimin kolaylaşmasının bireylerin satın alma kararlarını doğrudan etkilediğini ve bu sürecin özellikle sağlık turizmi gibi hassas hizmet alanlarında daha belirgin hale geldiğini ifade etmektedir. Günümüzde sağlık turizmi tüketicileri, çevrimiçi platformlar aracılığıyla hizmet sağlayıcıları hakkında daha fazla bilgi edinebilmekte ve karşılaştırmalı değerlendirmeler yaparak karar süreçlerini şekillendirmektedir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. SİVAS'TA SAĞLIK TURİZMİ FAALİYETİNDE BULUNAN TURİSTLERİN PROFİLLERİNİN BELİRLENMESİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Çalışmanın bu bölümünde, araştırmanın amacı ve önemi, evren ve örnekleme, araştırmanın kısıtları, modeli, hipotezleri, veri toplama aracı ve verilerin analizi gibi bilgilere yer verilmiştir.

3.1. Yöntem

Bu araştırmanın amacı, Sivas'ta sağlık turizmi faaliyetinde bulunan turistlerin demografik profillerini ve tüketici davranışlarını belirlemektir. Araştırma, nicel araştırma yöntemi çerçevesinde tasarlanmıştır. Veri toplama aracı olarak yapılandırılmış bir anket formu geliştirilmiş ve saha çalışması yürütülmüştür.

Araştırmanın evrenini, Sivas ilinde sağlık turizmi hizmetlerinden yararlanan tüm yerli ve yabancı turistler oluşturmaktadır. Ancak evrenin tamamına ulaşmanın güçlüğü nedeniyle örnekleme gidilmiştir. Bu bağlamda, olasılıklı örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Kolayda örnekleme yöntemi, saha koşulları ve veri toplama sürecinin sınırlılıkları göz önünde bulundurularak tercih edilmiş olup, bu yöntem sayesinde erişilebilen ve sağlık turizmi hizmeti alan turistlerden veri toplanmıştır.

Çalışmanın örneklemini, 20 Mart – 20 Haziran 2024 tarihleri arasında Sivas ilinde sağlık turizmi faaliyetine katılan ve anket uygulamasına katılmayı kabul eden 404 turist oluşturmaktadır. Katılımcılara internet tabanlı anket formu uygulanmış ve bu yöntemle veriler doğrudan dijital ortamda toplanmıştır.

Toplanan veriler öncelikle normallik testine tabi tutulmuş ve verilerin normal dağılım gösterdiği tespit edilmiştir. Bu doğrultuda veri analizinde parametrik testler kullanılmıştır. Anket formunda yer alan 37 soru aracılığıyla hem demografik değişkenler hem de sağlık turizmine katılım davranışları değerlendirilmiştir. Elde edilen verilerin frekans (sayı) ve yüzde (%) dağılımları hesaplanmıştır.

Anketin güvenilirliği, Cronbach's Alpha iç tutarlılık katsayısı ile ölçölmüş ve veri setinin yüksek düzeyde güvenilir olduğu belirlenmiştir. Araştırma sonucunda elde edilen bulgular ışığında, Sivas'ta sağlık turizmine katılan turistlerin profillerine ve tüketim davranışlarına ilişkin değerlendirmeler yapılmış ve çeşitli öneriler geliştirilmiştir.

3.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bireyler yaşamları boyunca çeşitli dönemlerde sağlık sorunları yaşayabilmekte ve bu sorunların çözümünde farklı tedavi seçeneklerine yönelmektedir. Ancak, yaşanan bölgede kaliteli ve erişilebilir sağlık hizmetlerinin bulunmaması, bireyleri farklı coğrafyalarda tedavi arayışına itmektedir. Sağlık hizmetlerinin kalitesi, maliyeti ve ulaşılabilirliği gibi unsurlar ölkeler arasında büyük farklılıklar gösterdiğinden, birçok kişı bu ihtiyaçlarını başka ölkelerde karşılamayı tercih etmektedir (Turner 2007).

Bu kapsamda gelişen sağlık turizmi, bireylerin sadece sağlık ihtiyaçlarını karşılamakla kalmamakta, aynı zamanda bu hizmeti sunan ölkelere döviz girdisi sağlayarak ekonomik kalkınmalarına katkıda bulunmaktadır (Bookman, Bookman 2007).

Bu çalışma, sağlık turizmi pazarının hızla büyüdüğu günümüzde, Sivas ilinin sağlık turizmi alanındaki mevcut durumunu belirlemeyi ve Sivas'a sağlık hizmeti almak amacıyla gelen turistlerin profillerini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Araştırmada, sağlık turistlerinin bilgi düzeyleri, sağlık hizmeti satın alma sürecinde önem verdikleri faktörler ve sağlık turizmine ilişkin beklentileri detaylı bir şekilde incelenmiştir. Bu doğrultuda hem bireysel tüketici davranışları hem de bölgesel sağlık turizmi potansiyeli hakkında kapsamlı bir analiz sunulmaktadır.

Araştırmanın temel amacı, Sivas'ta sağlık hizmeti almak için bulunan bireylerin demografik profillerini ve tüketim davranışlarını analiz ederek, ilin sağlık turizmi alanındaki rekabet gücünün artırılması için bilimsel bir zemin oluşturmaktır. Ayrıca çalışmanın sonuçları, sağlık turizmi stratejilerinin geliştirilmesine katkı sağlamak ve Sivas'ın bu alandaki cazibesini artırmaya yönelik politika önerileri geliştirmek açısından büyük önem taşımaktadır.

Sonuç olarak, sağlık turizmi gibi dinamik ve çok yönlü bir sektörün bölgesel düzeyde etkili biçimde yönetilebilmesi, ancak turist profillerinin ve beklentilerinin doğru analiz edilmesiyle mümkün olmaktadır (Bookman, Bookman 2007). Bu kapsamda gerçekleştirilen araştırmaların hem akademik alana katkı sunması hem de yerel otoriteler ve sektör paydaşları için stratejik rehberlik sağlaması beklenmektedir.

3.3. Çalışmanın Sınırlılıkları

Bu araştırmanın temel sınırlılığı, veri toplama sürecinde ulaşılabilen katılımcılarla ilgilidir. Çalışmanın evreni, genel olarak Sivas iline sağlık hizmeti almak amacıyla gelen tüm turistleri kapsamakla birlikte, araştırmanın örneklemini yalnızca 20 Mart – 20 Haziran 2024 tarihleri arasında Sivas'ı sağlık turizmi kapsamında ziyaret eden ve ankete katılmayı gönüllü olarak kabul eden bireylerle sınırlı tutulmuştur. Bu durum, araştırmanın bulgularının yalnızca belirtilen zaman diliminde ve belirtilen koşullarda Sivas'ta sağlık turizmine katılan turistler için geçerli olduğu anlamına gelmektedir.

Dolayısıyla, çalışmanın sonuçları farklı dönemlerde, farklı koşullar altında veya farklı bölgelerde sağlık turizmine katılan turistlere doğrudan genellenemez. Ancak, bu çalışma elde edilen veriler ve analizler ışığında Sivas'ta sağlık turizmi faaliyetlerinin mevcut durumu hakkında önemli ipuçları sunmakta ve ilerleyen araştırmalar için temel bir kaynak niteliği taşımaktadır.

3.4. Çalışmanın Evren ve Örneklemi

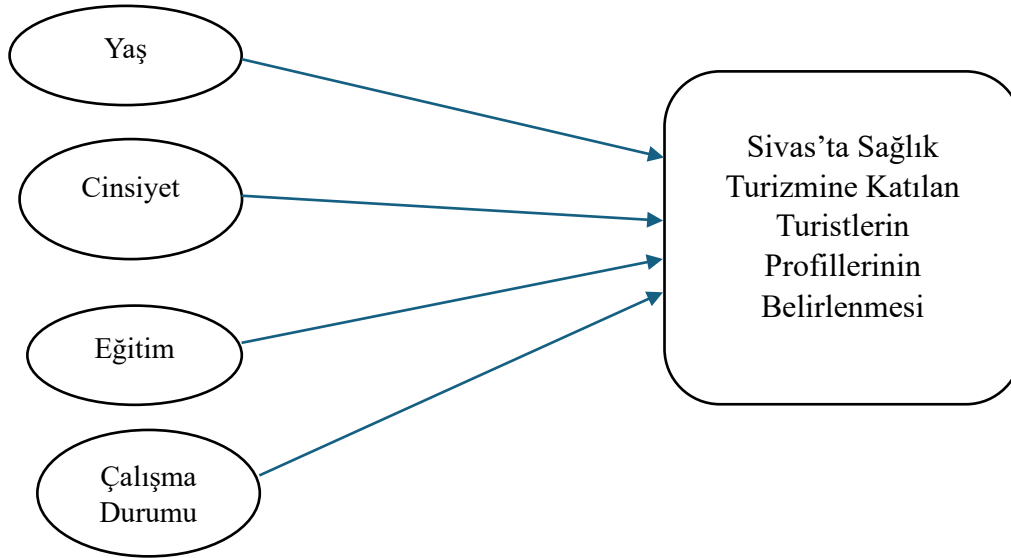
Bu araştırmanın evrenini, sağlık hizmeti almak amacıyla Sivas iline gelen tüm sağlık turistleri oluşturmaktadır. Ancak, evrenin tamamına ulaşmanın güçlüğu nedeniyle örnekleme yoluna gidilmiştir. Çalışmanın örneklemi, 20 Mart – 20 Haziran 2024 tarihleri arasında Sivas'ta sağlık turizmi faaliyetlerine katılan ve araştırmaya gönüllü olarak katılım sağlayan 404 turistten oluşmaktadır.

Araştırmada örneklem türü olarak kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Kolayda örnekleme, erişimi mümkün olan ve çalışmaya katılmayı kabul eden bireyler arasından seçim yapılmasını sağlar ve özellikle zaman, maliyet ve

ulaşım kısıtlarının bulunduğu durumlarda sıkça kullanılmaktadır (Büyüköztürk 2018). Bu yöntem doğrultusunda, belirtilen tarihler arasında Sivas'ta sağlık hizmeti almak amacıyla bulunan bireylerden veri toplanmıştır.

Çalışmada nicel araştırma yöntemine uygun olarak tarama (survey) modeli kullanılmış, veri toplama aracı olarak internet tabanlı anket formu tercih edilmiştir. Elde edilen veriler, sağlık turizmine katılan turistlerin demografik profillerini ve tüketicici davranışlarını ortaya koymak amacıyla analiz edilmiştir. Toplam 404 katılımcıya ulaşılarak araştırmanın örnekleme büyüklüğü sağlanmıştır.

3.5. Araştırmanın Modeli



Bu araştırmada, turistlerin demografik özellikleri bağımsız değişkenler olarak ele alınmıştır. Bağımsız değişkenler; yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi ve çalışma durumu gibi katılımcıların temel demografik niteliklerinden oluşmaktadır. Buna karşılık, araştırmada bağımlı değişkenler olarak turistlerin profilleri belirlenmiştir.

Araştırma modeli, sağlık turizmine katılan turistlerin profillerinin ve tüketicici davranışlarının demografik değişkenler açısından farklılaşıp farklılaşmadığını ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu doğrultuda, bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkenler üzerindeki etkisi test edilmiştir. Araştırma deseni, ilişkisel tarama modeli kapsamında yapılandırılmıştır. İlişkisel tarama modeli, değişkenler arasındaki mevcut ilişkilerin

belirlenmesi amacıyla uygulanan uygun bir yöntem olarak kabul edilmektedir (Yıldırım, Şimşek 2021).

Çalışmada, farklı demografik özelliklere sahip turistlerin sağlık turizmi deneyimleri ve tüketici davranışlarındaki farklılıkların tespit edilmesi, hem saha uygulamaları için hem de sağlık turizmi stratejilerinin geliştirilmesi açısından önemli bir katkı sağlamayı hedeflemektedir.

3.6. Araştırma Ölçeği ve Veri Toplama Yöntemi

Bu araştırmanın temel amacı, Sivas'ta sağlık turizmi faaliyetinde bulunan turistlerin profillerini belirlemektir. Bu kapsamda, sağlık turistlerinin meslek, eğitim düzeyi ve yaş gibi demografik özelliklerine göre tüketici davranışlarında anlamlı farklılıkların bulunup bulunmadığı incelenmiştir.

Çalışmada veri toplamak amacıyla, sağlık turizmi konusundaki bilgi düzeyi, farkındalık ve tüketici davranışlarını ölçmeye yönelik toplam 37 ifadeden oluşan bir ölçek kullanılmıştır. Ölçekte yer alan ifadeler, 5'li Likert tipi (1=Kesinlikle Katılmıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum) derecelendirme sistemiyle hazırlanmıştır. Ölçek puanlarının 1'e yaklaşması olumsuz algıyı, 5'e yaklaşması ise olumlu algıyı temsil etmektedir.

Demografik değişkenler olarak; cinsiyet, eğitim durumu, çalışma durumu ve yaş aralığı ele alınmıştır. Anket formunda bu değişkenlere yönelik sorular da yer almıştır. Ölçek maddeleri, Ege Üniversitesi Doktora öğrencisi Aynur Yıldırım'ın "Helal Turizm ve Duygusal Pazarlama: Algılanan Helal Otel İmajına Yönelik Bir Araştırma" adlı tez çalışmasından (Yıldırım 2020) esinlenerek hazırlanmış ve sağlık turizmi alanına uyarlanmıştır.

Veri toplama süreci internet tabanlı anket yöntemiyle gerçekleştirilmiştir. Elde edilen veriler önce Excel ortamına aktarılmış, burada veri temizleme ve düzenleme işlemleri yapılmıştır. Ardından, analizlerin gerçekleştirilmesi için veriler internet tabanlı paket programına yüklenmiştir.

Veri analiz sürecinde, demografik değişkenler ve Sivas'ta sağlık turizmi faaliyetinde bulunan turistlerin profillerini belirlemeye yönelik 37 sorunun frekans

(sayı ve yüzde) dağılımları elde edilmiştir. Ayrıca, ölçeğin güvenilirliğini ölçmek amacıyla Cronbach's Alpha katsayısı hesaplanmış ve ölçeğin yüksek düzeyde iç tutarlılığa sahip olduğu belirlenmiştir ($\alpha > 0.80$).

Bu aşamalar sonucunda veri seti analiz için hazır hale getirilmiş ve araştırmanın amaçları doğrultusunda gerekli istatistiksel testler uygulanmıştır.

Hipotezler ;

H1: Sağlık turizminden faydalanan insanların cinsiyetlerine göre sağlık turizmi maliyetinin önemi farklılaşmaktadır.

H2: Sağlık turizminden faydalanan insanların yaşa göre sağlık turizmi maliyetlerinin önem düzeyi farklılaşmaktadır.

H3: Sağlık turizminden faydalanan insanların cinsiyetlerine göre sağlık turizminde tedaviye erişim süresi önemi farklılaşmaktadır.

H4: Reklamın sağlık turizmi işletmesinde önemi Sağlık turizminden faydalanan insanların cinsiyetlerine göre farklılaşmaktadır.

H5: Personelin görünüşünün önemi Sağlık turizminden faydalanan insanların cinsiyetlerine göre farklılaşmaktadır.

H6: Sağlık turizminden faydalanan insanların cinsiyetlerine göre medikal sağlık turizmi işletmesinde helal sağlık turizminin önemi farklılaşmaktadır.

H7: Sağlık turizminden faydalanan insanların cinsiyetlerine göre sağlık turizmi işletmesinin şehir merkezinde olmasının önemi farklılaşmaktadır.

H8: Sağlık turizminden faydalanan insanların cinsiyetlerine göre medikal sağlık turizmi işletmesinin konaklama işletmelerine olan yakınlığı önemi farklılaşmaktadır.

H9: Sağlık Turizminden faydalanan insanların yaşa göre sağlık turizmi işletmelerinin konaklama işletmelerine yakınlığının önem düzeyi farklılaşmaktadır.

H10: Sağlık turizminden faydalanan insanların cinsiyetlerine göre sağlık turizmi işletmesinde sunulan ikramın önemi farklılaşmaktadır.

H11: Sağlık turizminden faydalanan insanların cinsiyetlerine göre helal sertifikası önem düzeyi algılarının önemi farklılaşmaktadır.

H12: Sağlık turizminden faydalanan insanların sağlık turizminin termal turizm olarak algılanması cinsiyetlerine göre farklılaşmaktadır.

H13: Sağlık turizminden faydalanan insanların sağlık turizminin medikal turizm olarak algılanması cinsiyetlerine göre farklılaşmaktadır.

H14: Sağlık turizminden faydalanan insanların sağlık turizminin SPA ve wellness olarak algılanması cinsiyetlerine göre farklılaşmaktadır.

H15: Sağlık turizminden faydalanan insanların yaşa göre sağlık turizmi SPA ve wellnesstir algı düzeyi farklılaşmaktadır.

H16: Sağlık turizminden faydalanan insanların sağlık turizminin yaşlı bakımı ve engelli turizmi olarak algılanması cinsiyetlerine göre farklılaşmaktadır.

H17: Sağlık turizminden faydalanan insanların cinsiyetlerine göre sağlık turizmi istektir konusunda fikirleri farklılaşmaktadır.

H18: Sağlık turizminden faydalanan insanların yaşa göre sağlık turizmi istektir konusunda fikirleri farklılaşmaktadır.

H19: Sağlık turizminden faydalanan insanların cinsiyetlerine göre sağlık turizmi ihtiyaçtır konusunda fikirleri farklılaşmaktadır.

H20: Sağlık turizminden faydalanan insanların yaşa göre sağlık turizmi ihtiyaçtır konusunda fikirleri farklılaşmaktadır.

H21: Sağlık turizminden faydalanan insanların cinsiyetlerine göre sağlık turizmi işletmesi binasının ergonomik yapısının önemi farklılaşmaktadır.

H22: Sağlık turizminden faydalanan insanların cinsiyetlerine göre sağlık personeli ve destek personeli seçme konusunda fikirleri farklılaşmaktadır.

H23: Sağlık turizminden faydalanan insanların cinsiyetlerine göre sağlık turizminde kullanılan malzemelerin son kullanma tarihi önemi farklılaşmaktadır.

H24: Sağlık turizminden faydalanan insanların cinsiyetlerine göre sağlık turizminde refakatçi alınması önemi farklılaşmaktadır.

H25: Sağlık turizminden faydalanan insanların cinsiyetlerine göre sağlık turizminde mahremiyet nedeniyle hemcinsinden hizmet alma önemi farklılaşmaktadır.

H26: Sağlık turizminden faydalanan insanların cinsiyetlerine göre sağlık turizm işletmesinde ödeme yönteminin önemi farklılaşmaktadır.

H27: Sağlık turizminden faydalanan insanların cinsiyetlerine göre sağlık turizmi hizmeti alınan odada TV ve internet olmasının önemi farklılaşmaktadır.

3.7. Ölçeğin Güvenilirliğine İlişkin Bulgular

Araştırmada kullanılan ölçeğin güvenilirliğini değerlendirmek amacıyla yapılan analiz sonucunda Cronbach's Alpha katsayısı 0,980 olarak hesaplanmıştır. Bu değer, ölçeğin yüksek düzeyde güvenilir olduğunu göstermektedir ($\alpha > 0.90$).

Çalışmada demografik değişkenler ve sağlık turizmine katılan bireylerin profillerine ilişkin veriler için normallik testleri uygulanmıştır. Yapılan analizler sonucunda verilerin normal dağılım gösterdiği belirlenmiştir. Bu doğrultuda hipotez testleri gerçekleştirilirken %95 güven düzeyi esas alınmış ve I. tür hata olasılığı (α) 0,05 olarak kabul edilmiştir.

Araştırmanın amaçları doğrultusunda, Sivas'ta sağlık turizmi faaliyetinde bulunan turistlerin profillerini ortaya koymak amacıyla yöneltile 37 ifadeye verilen yanıtların aritmetik ortalamaları hesaplanmış ve bu değişkenlere ilişkin tanımlayıcı istatistikler elde edilmiştir. Verilerin normal dağılım koşullarını sağlaması nedeniyle;

- İki grup arasındaki karşılaştırmalar için bağımsız örneklem t-testi,
- İkiden fazla grup arasındaki karşılaştırmalar için ise tek yönlü varyans analizi (ANOVA) uygulanmıştır.

Tüm analiz süreçleri, uygun istatistiksel testler kullanılarak internet tabanlı veri analiz programı aracılığıyla gerçekleştirilmiştir. Elde edilen sonuçlar doğrultusunda hipotezler değerlendirilmiş ve çalışmanın amacına uygun şekilde yorumlanmıştır.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

4. BULGULAR VE YORUMLAR

4.1. Demografik Özelliklere İlişkin Bulgular

Araştırmaya 404 kişi katılım sağlamıştır. Katılanların cinsiyetleri: 220 kişi kadın, 184 kişi erkektir. Katılım frekans tablosu Tablo 11’de verilmiştir.

Tablo 11. Demografik Özelliklere İlişkin Frekans Dağılım Tablosu

		N	Yüzde
Cinsiyet	Kadın	220	54,5
	Erkek	184	45,5
	Total	404	100,0
YAŞ	20-29	86	21,3
	30-39	178	44,1
	40-49	120	29,7
	50-59	20	5,0
	Total	404	100,0
Eğitim Durumu	Lise	98	24,3
	Ön lisans	86	21,3
	Lisans	156	38,6
	Lisansüstü	64	15,8
	Total	404	100,0
Çalışma Durumu	Çalışmıyor	26	6,4
	Memur	194	48,0
	Kamu çalışanı işçi	102	25,2
	Özel sektör çalışanı	82	20,3
	Total	404	100,0

Ankete katılanların %54.5’i kadın iken, %45.5’i erkektir. Ankete katılanların Eğitim Düzeyleri incelendiğinde, %38.6 ile Lisans Eğitime sahip olanlar en yüksek orana sahiptir. Daha sonra sırasıyla, %24.3 ile Lise, %21.3 ile Ön Lisans ve %15.8 ile Lisans Üstü mezunları gelmektedir.

Ankete katılanların Çalışma Durumu incelendiğinde, %48.0 ile Memur en yüksek orana sahiptir. Daha sonra sırasıyla, %25.2 ile Kamu Çalışanı İşçi, %20.3 ile Özel Sektör Çalışanı, %6.4 ü ise çalışmayan gelmektedir.

Ankete katılanların yaş aralığı incelendiğinde ise, % 44.1 ile 30-39 yaş aralığı en yüksek orana sahiptir. Daha sonra sırasıyla, %29.7 ile 40-49 yaş, %21.3 ile 20-29 yaş, %5 i ise 50-59 yaş aralığındadır.

404 Kişinin katılımıyla yapılan araştırmada “Sağlık turizminden faydalandınız mı?” sorusuna 310 (%76.7) kişi evet, 94 (%23.3) kişi ise hayır yanıtını vermiştir. “Sağlık turizminde maliyet önemlidir” sorusuna ise 342 kişi (%84.7) katılıyorum, kesinlikle katılıyorum yanıtını vermişlerdir. “Sağlık turizminde tedaviye erişim süresi önemlidir” sorusuna 368 kişi (%91.1) katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum yanıtını vermiştir. “Kısa sürede randevu oluşturmak önemlidir” sorusuna 356 kişi(%88.1) katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum yanıtını vermişlerdir. “Sağlık turizmi işletmesinin hizmet kalitesi önemlidir” sorusuna 366 kişi (%90.6) katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum yanıtını vermişlerdir. “Reklamlar sağlık turizmi işletmesi seçimimde önemlidir” sorusuna 322 kişi(%79.7) katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum yanıtını vermişlerdir. “Personelin uzmanlığı benim için önemlidir” sorusuna 362 kişi (%89.6) katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum yanıtını vermişlerdir. “Personelin güler yüzlü olması önemlidir” sorusuna 356 kişi(%88.1) katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum yanıtını vermişlerdir. “Personelin görünüşü önemlidir” sorusuna 324 kişi(%80.2) katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum yanıtını vermişlerdir. “Medikal sağlık turizmi işletmesi helal önemlidir” sorusuna 332 kişi (%82.1) katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum yanıtını vermişlerdir. “Sorduğum sorulara işletme tarafından cevap verilmesi önemli” sorusuna 360 kişi (%89.1) katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum yanıtını vermişlerdir. “Sağlık turizmi işletmesinin helal sertifikası olması önemlidir” sorusuna 322 kişi(%79.7) katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum yanıtını vermişlerdir. “Sağlık turizmi termal turizmdir” sorusuna 292 kişi (%72.2) katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum yanıtını vermişlerdir. “Sağlık turizmi medikal turizmdir” sorusuna 286 kişi (%70.8) katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum yanıtını vermişlerdir. “Sağlık turizmi SPA ve Wellnestir” sorusuna 298 kişi (%73.7) katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum yanıtını vermişlerdir. “Sağlık turizmi benim için yaşlı bakım ve engelli turizmidir.” Sorusuna 250 kişi (%61.9) katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum yanıtını vermişlerdir. “Sağlık turizmi benim için istektir” sorusuna 290 kişi (%71.8) katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum yanıtını vermişlerdir. “Sağlık turizmi benim için ihtiyaçtır” sorusuna 292 kişi (%72.2) katılıyorum ve

kesinlikle katılıyorum yanıtını vermişlerdir.” Sağlık turizmi işletmesinde bilgilendirme önemlidir” sorusuna 348 kişi (%86.2) katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum yanıtını vermişlerdir. “Sunulan ikramlar önemlidir” sorusuna 330 kişi (%81.7) katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum yanıtını vermişlerdir. “İşletme binası ve ergonomik yapısı önemlidir” sorusuna 338 kişi (%83.6) katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum yanıtını vermişlerdir. “Sağlık personelinin ve destek personeli seçmek önemli” sorusuna 352 kişi (%87.1) katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum yanıtını vermişlerdir. “Sağlık turizmi işletmesinde hijyen önemlidir” sorusuna 354 kişi (%87.7) katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum yanıtını vermişlerdir. “Kullanılan malzemelerin son kullanma tarihi önemlidir” sorusuna 354 kişi (%87.6) katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum yanıtını vermişlerdir. “ Refakatçi alınması önemlidir” sorusuna 342 kişi (%84.6) katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum yanıtını vermişlerdir. “Sağlık turizmi işletmesinin şehir merkezinde olması önemlidir” sorusuna 334 kişi (%82.6) katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum yanıtını vermişlerdir. “ Medikal sağlık turizmi işletmesi konaklama işletmelerine yakın olması önemlidir” sorusuna 352 kişi (%87.1) katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum yanıtını vermişlerdir. “Sağlık turizm işletmesinin teknolojik alt yapısı önemli” sorusuna 348 kişi (%86.2) katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum yanıtını vermişlerdir. “Mahremiyet nedeniyle hemcinsimden hizmet almak isterim” sorusuna 306 kişi (%75.8) katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum yanıtını vermişlerdir. “İşletmede sunulan ödeme yöntemleri önemlidir” sorusuna 340 kişi (%84.1) katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum yanıtını vermişlerdir. “Sağlık turizmi hizmeti aldığım odada tv ve internet olmalı” sorusuna 336 kişi (%83.1) katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum yanıtını vermişlerdir.

H1: Sağlık turizminden faydalanan insanların cinsiyetlerine göre sağlık turizmi maliyetinin önemi farklılaşmaktadır.

Dağılım Normal ve Kategori sayısı iki (Kadın-Erkek) olduğundan dolayı bu hipotezimizi test etmek için t testi kullanılmıştır.

Tablo 12. Cinsiyete Göre Sağlık Turizmi Maliyetinin Önem Düzeyinin Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin T Testi Sonuçları;

Bağımsız Değişken	Gruplar	Ortalamalar	S.S. Standart Sapma	Sig. (p) Anlamlılık Düzeyi	Hipotez Testi Sonucu
Cinsiyet	Kadın Erkek	3.9091 4,5543	1,24999 0,97358	0,001	Kabul

Sağlık turizmine katılan turistlerin sağlık turizminin maliyeti konusunda görüşleri farklılaşabilmektedir. Bu doğrultuda çalışmaya katılan sağlık turizmi kapsamında turizm hareketleri içerisinde yer almış olan turistlerin cinsiyetlerine göre sağlık turizmi maliyeti önem düzeyi algılarının farklılaştığı tespit edilmiştir ($p < 0,05$).

H2: Sağlık turizminden faydalanan insanların yaşa göre sağlık turizmi maliyetlerinin önem düzeyi farklılaşmaktadır.

Dağılım Normal ve Kategori sayısı dört (20-29,30-39,40-49,50-59) olduğundan dolayı bu hipotezimizi test etmek için ANOVA testi kullanılmıştır.

Tablo 13. Yaşa Göre Sağlık Turizmi Maliyetinin Önem Düzeyinin Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin ANOVA Testi Sonuçları;

Bağımsız Değişken	Gruplar	Sig. (p) Anlamlılık Düzeyi	Hipotez Testi Sonucu
Yaş	20-29 30-39 40-49 50-59	0,005	Kabul

Araştırma kapsamında ulaşılan turistlerin yaşlarına göre sağlık turizmi maliyetinin önem düzeyinin farklılaşp farklılaşmadığına ilişkin ANOVA testi uygulanmıştır. Yapılan analiz sonucunda 20-29 yaş aralığında yer alan turistlere göre 40-49 yaş arasında yer alan turistlerin sağlık turizmi maliyetlerini daha fazla önemsedikleri tespit edilmiştir.

H3: Sağlık turizminden faydalanan insanların cinsiyetlerine göre sağlık turizminde tedaviye erişim süresi önemi farklılaşmaktadır.

Dağılım Normal ve Kategori sayısı iki (Kadın-Erkek) olduğundan dolayı bu hipotezimizi test etmek için t testi kullanılmıştır.

Tablo 14. Cinsiyete Göre Sağlık Turizminde Tedaviye Erişim Süresinin Önem Düzeyinin Farklılaşıp Farklılaşmadığına İlişkin T Testi Sonuçları;

Bağımsız Değişken	Gruplar	Ortalamalar	S.S. Standart Sapma	Sig. (p) Anlamlılık Düzeyi	Hipotez Testi Sonucu
Cinsiyet	Kadın Erkek	4.2727 4.6087	1,23058 0,91085	0,002	Kabul

Sağlık turizmine katılan turistlerin sağlık turizminde tedaviye erişim süresi konusunda görüşleri farklılaşabilmektedir. Bu doğrultuda çalışmaya katılan sağlık turizmi kapsamında turizm hareketleri içerisinde yer almış olan turistlerin cinsiyetlerine göre sağlık turizmi tedaviye erişim konusunda önem düzeyi algılarının farklılaştığı tespit edilmiştir ($p < 0,05$).

H4¹: Reklamın sağlık turizmi işletmesinde önemi Sağlık turizminden faydalanan insanların cinsiyetlerine göre farklılaşmaktadır.

Dağılım Normal ve Kategori sayısı iki (Kadın-Erkek) olduğundan dolayı bu hipotezimizi test etmek için t testi kullanılmıştır.

Tablo 15. Cinsiyete Göre Reklamın Sağlık Turizmi İşletmesinde Önem Düzeyinin Farklılaşıp Farklılaşmadığına İlişkin T Testi Sonuçları;

Bağımsız Değişken	Gruplar	Ortalamalar	S.S. Standart Sapma	Sig. (p) Anlamlılık Düzeyi	Hipotez Testi Sonucu
Cinsiyet	Kadın Erkek	3.7000 4.4674	1.26455 0.94031	0,001	Kabul

Sağlık turizmine katılan turistlerin reklamın sağlık turizmi işletmesinde önemi konusunda görüşleri farklılaşabilmektedir. Bu doğrultuda çalışmaya katılan sağlık turizmi kapsamında turizm hareketleri içerisinde yer almış olan turistlerin cinsiyetlerine göre sağlık turizmi reklamlarının önem düzeyi algılarının farklılaştığı tespit edilmiştir ($p < 0,05$).

H5: Personelin görünüşünün önemi Sağlık turizminden faydalanan insanların cinsiyetlerine göre farklılaşmaktadır.

Dağılım Normal ve Kategori sayısı iki (Kadın-Erkek) olduğundan dolayı bu hipotezimizi test etmek için t testi kullanılmıştır.

Tablo 16. Cinsiyete Göre Personelin Görünüşünün Sağlık Turizminden Faydalanan İnsanların Önem Düzeyinin Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin T Testi Sonuçları;

Bağımsız Değişken	Gruplar	Ortalamalar	S.S. Standart Sapma	Sig. (p) Anlamlılık Düzeyi	Hipotez Testi Sonucu
Cinsiyet	Kadın Erkek	3.7909 4,3478	1,28280	0,001	Kabul

Sağlık turizmine katılan turistlerin personelin görünüşünün önemi konusunda görüşleri farklılaşabilmektedir. Bu doğrultuda çalışmaya katılan sağlık turizmi kapsamında turizm hareketleri içerisinde yer almış olan turistlerin cinsiyetlerine göre sağlık turizmi personelin görünüşünün önem düzeyi algılarının farklılaştığı tespit edilmiştir ($p < 0,05$).

H6¹: Sağlık turizminden faydalanan insanların cinsiyetlerine göre medikal sağlık turizmi işletmesinde helal sağlık turizminin önemi farklılaşmaktadır.

Dağılım Normal ve Kategori sayısı iki (Kadın-Erkek) olduğundan dolayı bu hipotezimizi test etmek için t testi kullanılmıştır.

Tablo 17. Cinsiyetlerine Göre Sağlık Turizminden Faydalanan İnsanların Medikal Sağlık Turizmi İşletmesinde Önem Düzeyinin Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin T Testi Sonuçları;

Bağımsız Değişken	Gruplar	Ortalamalar	S.S. Standart Sapma	Sig. (p) Anlamlılık Düzeyi	Hipotez Testi Sonucu
Cinsiyet	Kadın Erkek	3,9727 4,4565	1,31350 1,01801	0,001	Kabul

Medikal Sağlık turizmine katılan turistlerin helal turizm önemi konusunda görüşleri farklılaşabilmektedir. Bu doğrultuda çalışmaya katılan sağlık turizmi kapsamında turizm hareketleri içerisinde yer almış olan turistlerin cinsiyetlerine göre medikal sağlık turizminde helal önem düzeyi algılarının farklılaştığı tespit edilmiştir ($p < 0,05$).

H7: Sağlık turizminden faydalanan insanların cinsiyetlerine göre sağlık turizmi işletmesinin şehir merkezinde olmasının önemi farklılaşmaktadır.

Dağılım Normal ve Kategori sayısı iki (Kadın-Erkek) olduğundan dolayı bu hipotezimizi test etmek için t testi kullanılmıştır.

Tablo 18. Cinsiyete Göre Sağlık Turizminden Faydalanan İnsanların Sağlık Turizmi İşletmesinin Şehir Merkezinde Olmasının Önem Düzeyinin Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin T Testi Sonuçları;

Bağımsız Değişken	Gruplar	Ortalamalar	S.S. Standart Sapma	Sig. (p) Anlamlılık Düzeyi	Hipotez Testi Sonucu
Cinsiyet	Kadın Erkek	3,9909 4,4457	1,29977 0,98474	0,001	Kabul

Sağlık turizmine katılan turistlerin sağlık turizmi işletmesinin şehir merkezinde olması konusunda görüşleri farklılaşabilmektedir. Bu doğrultuda çalışmaya katılan sağlık turizmi kapsamında turizm hareketleri içerisinde yer almış olan turistlerin cinsiyetlerine göre sağlık turizmi işletmesinin şehir merkezinde olması önem düzeyi algılarının farklılaştığı tespit edilmiştir ($p < 0,05$).

H8: Sağlık turizminden faydalanan insanların cinsiyetlerine göre medikal sağlık turizmi işletmesinin konaklama işletmelerine olan yakınlığı önemi farklılaşmaktadır.

Dağılım Normal ve Kategori sayısı iki (Kadın-Erkek) olduğundan dolayı bu hipotezimizi test etmek için t testi kullanılmıştır.

Tablo 19. Cinsiyetlerine Göre Sağlık Turizminden Faydalanan İnsanların Medikal Sağlık Turizmi İşletmesinin Konaklama İşletmelerine Olan Yakınlığı Önem Düzeyinin Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin T Testi Sonuçları;

Bağımsız Değişken	Gruplar	Ortalamalar	S.S. Standart Sapma	Sig. (p) Anlamlılık Düzeyi	Hipotez Testi Sonucu
Cinsiyet	Kadın Erkek	4,1273 4,5217	1,27576 0,95217	0,001	Kabul

Sağlık turizmine katılan turistlerin medikal sağlık turizmi işletmesinin konaklama işletmelerine olan yakınlığı konusunda görüşleri farklılaşabilmektedir. Bu doğrultuda çalışmaya katılan sağlık turizmi kapsamında turizm hareketleri içerisinde yer almış olan turistlerin cinsiyetlerine göre medikal sağlık turizmi işletmesinin konaklama işletmelerine olan yakınlığı önem düzeyi algılarının farklılaştığı tespit edilmiştir ($p < 0,05$).

H9¹: Sağlık Turizminden faydalanan insanların yaşa göre sağlık turizmi işletmelerinin konaklama işletmelerine yakınlığının önem düzeyi farklılaşmaktadır.

Dağılım Normal ve Kategori sayısı dört (20-29,30-39,40-49,50-59) olduğundan dolayı bu hipotezimizi test etmek için ANOVA testi kullanılmıştır.

Tablo 20. Yaşa Göre Sağlık Turizmi İşletmelerinin Konaklama İşletmelerine Yakınlığının Önem Düzeyinin Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin ANOVA Testi Sonuçları;

Bağımsız Değişken	Gruplar	Sig. (p) Anlamlılık Düzeyi	Hipotez Testi Sonucu
Yaş	20-29 30-39 40-49 50-59	0,002	Kabul

Araştırma kapsamında ulaşılan turistlerin yaşlarına göre sağlık turizmi işletmelerinin konaklama işletmelerine olan yakınlığının önem düzeyinin farklılaşp farklılaşmadığına ilişkin ANOVA testi uygulanmıştır. Yapılan analiz sonucunda 20-29 yaş aralığında yer alan turistlere göre 50-59 yaş arasında yer alan turistlerin sağlık turizmi işletmelerinin konaklama işletmelerine olan yakınlığını daha fazla önemsedikleri tespit edilmiştir.

H10¹: Sağlık turizminden faydalanan insanların cinsiyetlerine göre sağlık turizmi işletmesinde sunulan ikramın önemi farklılaşmaktadır.

Dağılım Normal ve Kategori sayısı iki (Kadın-Erkek) olduğundan dolayı bu hipotezimizi test etmek için t testi kullanılmıştır.

Tablo 21. Cinsiyete Göre Sağlık Turizminden Faydalanan İnsanların Sağlık Turizmi İşletmesinde Sunulan İkramların Önem Düzeyinin Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin T Testi Sonuçları;

Bağımsız Değişken	Gruplar	Ortalamalar	S.S. Standart Sapma	Sig. (p) Anlamlılık Düzeyi	Hipotez Testi Sonucu
Cinsiyet	Kadın Erkek	3.9273 4,4348	1,28005 0,93860	0,001	Kabul

Sağlık turizmine katılan turistlerin sağlık turizmi işletmesinde sunulan ikramın önemi konusunda görüşleri farklılaşabilmektedir. Bu doğrultuda çalışmaya katılan sağlık turizmi kapsamında turizm hareketleri içerisinde yer almış olan

turistlerin cinsiyetlerine göre sağlık turizminde sunulan ikramların önem düzeyi algılarının farklılaştığı tespit edilmiştir ($p < 0,05$).

H11¹: Sağlık turizminden faydalanan insanların cinsiyetlerine göre helal sertifikası önem düzeyi algılarının önemi farklılaşmaktadır.

Dağılım Normal ve Kategori sayısı iki (Kadın-Erkek) olduğundan dolayı bu hipotezimizi test etmek için t testi kullanılmıştır.

Tablo 22. Cinsiyete Göre Sağlık Turizminden Faydalanan İnsanların Sağlık Turizmi İşletmesinde Helal Sertifikası Algılarının Önem Düzeyinin Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin T Testi Sonuçları;

Bağımsız Değişken	Gruplar	Ortalamalar	S.S. Standart Sapma	Sig. (p) Anlamlılık Düzeyi	Hipotez Testi Sonucu
Cinsiyet	Kadın Erkek	3.8636 4,3804	1,30666 1,01187	0,001	Kabul

Sağlık turizmine katılan turistlerin sağlık turizmi işletmesinin helal sertifikası olması konusunda görüşleri farklılaşabilmektedir. Bu doğrultuda çalışmaya katılan sağlık turizmi kapsamında turizm hareketleri içerisinde yer almış olan turistlerin cinsiyetlerine göre sağlık turizmi işletmesinin helal sertifikası önem düzeyi algılarının farklılaştığı tespit edilmiştir ($p < 0,05$).

H12¹: Sağlık turizminden faydalanan insanların sağlık turizminin termal turizm olarak algılanması cinsiyetlerine göre farklılaşmaktadır.

Dağılım Normal ve Kategori sayısı iki (Kadın-Erkek) olduğundan dolayı bu hipotezimizi test etmek için t testi kullanılmıştır.

Tablo 23. Cinsiyete Göre Sağlık Turizminden Faydalanan İnsanların Sağlık Turizminin Termal Turizm Olarak Algılanmasının Önem Düzeyinin Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin T Testi Sonuçları;

Bağımsız Değişken	Gruplar	Ortalamalar	S.S. Standart Sapma	Sig. (p) Anlamlılık Düzeyi	Hipotez Testi Sonucu
Cinsiyet	Kadın Erkek	3.6091 4,3696	1,35886 0,91994	0,001	Kabul

Sağlık turizmine katılan turistlerin sağlık turizminin termal turizm olarak algılanması konusunda görüşleri farklılaşabilmektedir. Bu doğrultuda çalışmaya

katılan sağlık turizmi kapsamında turizm hareketleri içerisinde yer almış olan turistlerin cinsiyetlerine göre sağlık turizminin termal turizm olarak algılanması konusunda önem düzeyi algılarının farklılaştığı tespit edilmiştir ($p < 0,05$).

H13¹: Sağlık turizminden faydalanan insanların sağlık turizminin medikal turizm olarak algılanması cinsiyetlerine göre farklılaşmaktadır.

Dağılım Normal ve Kategori sayısı iki (Kadın-Erkek) olduğundan dolayı bu hipotezimizi test etmek için t testi kullanılmıştır.

Tablo 24. Cinsiyete Göre Sağlık Turizminden Faydalanan İnsanların Sağlık Turizminin Medikal Turizm Olarak Algılanmasının Önem Düzeyinin Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin T Testi Sonuçları;

Bağımsız Değişken	Gruplar	Ortalamalar	S.S. Standart Sapma	Sig. (p) Anlamlılık Düzeyi	Hipotez Testi Sonucu
Cinsiyet	Kadın Erkek	3.5273 4,3587	1,35626 1,01982	0,001	Kabul

Sağlık turizmine katılan turistlerin sağlık turizminin medikal turizm olarak algılanması konusunda görüşleri farklılaşabilmektedir. Bu doğrultuda çalışmaya katılan sağlık turizmi kapsamında turizm hareketleri içerisinde yer almış olan turistlerin cinsiyetlerine göre sağlık turizminin medikal turizm olarak algılanması konusunda önem düzeyi algılarının farklılaştığı tespit edilmiştir ($p < 0,05$).

H14: Sağlık turizminden faydalanan insanların sağlık turizminin SPA ve wellnes olarak algılanması cinsiyetlerine göre farklılaşmaktadır.

Dağılım Normal ve Kategori sayısı iki (Kadın-Erkek) olduğundan dolayı bu hipotezimizi test etmek için t testi kullanılmıştır.

Tablo 25. Cinsiyete Göre Sağlık Turizminden Faydalanan İnsanların Sağlık Turizminin SPA ve Wellnes Turizm Olarak Algılanmasının Önem Düzeyinin Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin T Testi Sonuçları;

Bağımsız Değişken	Gruplar	Ortalamalar	S.S. Standart Sapma	Sig. (p) Anlamlılık Düzeyi	Hipotez Testi Sonucu
Cinsiyet	Kadın Erkek	3.6091 4,4239	1,34535 0,94936	0,001	Kabul

Sağlık turizmine katılan turistlerin sağlık turizminin SPA ve Wellnes turizm olarak algılanması konusunda görüşleri farklılaşabilmektedir. Bu doğrultuda çalışmaya katılan sağlık turizmi kapsamında turizm hareketleri içerisinde yer almış olan turistlerin cinsiyetlerine göre sağlık turizminin SPA ve Wellnes turizm olarak algılanması konusunda önem düzeyi algılarının farklılaştığı tespit edilmiştir ($p < 0,05$).

H15: Sağlık turizminden faydalanan insanların yaşa göre sağlık turizmi SPA ve wellnesstir algı düzeyi farklılaşmaktadır.

Dağılım Normal ve Kategori sayısı dört (20-29,30-39,40-49,50-59) olduğundan dolayı bu hipotezimizi test etmek için ANOVA testi kullanılmıştır.

Tablo 26. Yaşa Göre Sağlık Turizmi SPA ve Wellnestir Olarak Algılanmasının Düzeyinin Farklılaşıp Farklılaşmadığına İlişkin ANOVA Testi Sonuçları;

Bağımsız Değişken	Gruplar	Sig. (p) Anlamlılık Düzeyi	Hipotez Sonucu	Testi
Yaş	20-29 30-39 40-49 50-59	0,003	Kabul	

Araştırma kapsamında ulaşılan turistlerin yaşlarına göre sağlık turizmi SPA ve wellnes olarak algılanması düzeyinin farklılaşıp farklılaşmadığına ilişkin ANOVA testi uygulanmıştır. Yapılan analiz sonucunda 20-29 yaş aralığında yer alan turistlere göre 50-59 yaş arasında yer alan turistlerin sağlık turizmini SPA ve Wellnes olarak değerlendirmesi oranının daha fazla olduğu tespit edilmiştir.

H16: Sağlık turizminden faydalanan insanların sağlık turizminin yaşlı bakımı ve engelli turizmi olarak algılanması cinsiyetlerine göre farklılaşmaktadır.

Dağılım Normal ve Kategori sayısı iki (Kadın-Erkek) olduğundan dolayı bu hipotezimizi test etmek için t testi kullanılmıştır.

Tablo 27. Cinsiyete Göre Sağlık Turizminden Faydalanan İnsanların Sağlık Turizminin Yaşlı Bakımı ve Engelli Turizm Olarak Algılanmasının Önem Düzeyinin Farklılaşıp Farklılaşmadığına İlişkin T Testi Sonuçları;

Bağımsız Değişken	Gruplar	Ortalamalar	S.S. Standart Sapma	Sig. (p) Anlamlılık Düzeyi	Hipotez Testi Sonucu
Cinsiyet	Kadın Erkek	2,9818 4,3152	1,49875 0,10567	0,001	Kabul

Sağlık turizmine katılan turistlerin sağlık turizminin yaşlı ve engelli turizmi olarak algılanması konusunda görüşleri farklılaşabilmektedir. Bu doğrultuda çalışmaya katılan sağlık turizmi kapsamında turizm hareketleri içerisinde yer almış olan turistlerin cinsiyetlerine göre sağlık turizminin yaşlı ve engelli turizmi olarak algılanması konusunda önem düzeyi algılarının farklılaştığı tespit edilmiştir ($p < 0,05$).

H17: Sağlık turizminden faydalanan insanların cinsiyetlerine göre sağlık turizmi istektir konusunda fikirleri farklılaşmaktadır.

Dağılım Normal ve Kategori sayısı iki (Kadın-Erkek) olduğundan dolayı bu hipotezimizi test etmek için t testi kullanılmıştır.

Tablo 28. Cinsiyete Göre Sağlık Turizminden Faydalanan İnsanların Sağlık Turizmini İstektir Olarak Algılanma Düzeyinin Farklılaşıp Farklılaşmadığına İlişkin T Testi Sonuçları;

Bağımsız Değişken	Gruplar	Ortalamalar	S.S. Standart Sapma	Sig. (p) Anlamlılık Düzeyi	Hipotez Testi Sonucu
Cinsiyet	Kadın Erkek	3.6091 4,3913	1,37223 0,96899	0,001	Kabul

Sağlık turizmine katılan turistlerin sağlık turizminin istek olması konusunda görüşleri farklılaşabilmektedir. Bu doğrultuda çalışmaya katılan sağlık turizmi kapsamında turizm hareketleri içerisinde yer almış olan turistlerin cinsiyetlerine göre sağlık turizmi istektir önem düzeyi algılarının farklılaştığı tespit edilmiştir ($p < 0,05$).

H18: Sağlık turizminden faydalanan insanların yaşa göre sağlık turizmi istektir konusunda fikirleri farklılaşmaktadır.

Dağılım Normal ve Kategori sayısı dört (20-29,30-39,40-49,50-59) olduğundan dolayı bu hipotezimizi test etmek için ANOVA testi kullanılmıştır.

Tablo 29. Yaşa Göre Sağlık Turizmi İstektir Düzeyinin Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin ANOVA Testi Sonuçları;

Bağımsız Değişken	Gruplar	Sig. (p) Anlamlılık Düzeyi	Hipotez Testi Sonucu
Yaş	20-29 30-39 40-49 50-59	0,001	Kabul

Araştırma kapsamında ulaşılan turistlerin yaşlarına göre sağlık turizmi istektir düzeyinin farklılaşp farklılaşmadığına ilişkin ANOVA testi uygulanmıştır. Yapılan analiz sonucunda 40-49 yaş aralığında yer alan turistlere göre 50-59 yaş arasında yer alan turistlerin sağlık turizmini istek olarak değerlendirdikleri tespit edilmiştir.

H19: Sağlık turizminden faydalanan insanların cinsiyetlerine göre sağlık turizmi ihtiyaçtır konusunda fikirleri farklılaşmaktadır.

Dağılım Normal ve Kategori sayısı iki (Kadın-Erkek) olduğundan dolayı bu hipotezimizi test etmek için t testi kullanılmıştır.

Tablo 30. Cinsiyete Göre Sağlık Turizminden Faydalanan İnsanların Sağlık Turizmini İhtiyaçtır Olarak Algılanma Düzeyinin Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin T Testi Sonuçları;

Bağımsız Değişken	Gruplar	Ortalamalar	S.S. Standart Sapma	Sig. (p) Anlamlılık Düzeyi	Hipotez Testi Sonucu
Cinsiyet	Kadın Erkek	3.6182 4,3152	1,33777 1,14452	0,001	Kabul

Sağlık turizmine katılan turistlerin sağlık turizminin istek olması konusunda görüşleri farklılaşabilmektedir. Bu doğrultuda çalışmaya katılan sağlık turizmi kapsamında turizm hareketleri içerisinde yer almış olan turistlerin cinsiyetlerine göre sağlık turizmi istektir önem düzeyi algılarının farklılaştığı tespit edilmiştir ($p < 0,05$).

H20: Sağlık turizminden faydalanan insanların yaşa göre sağlık turizmi ihtiyaçtır konusunda fikirleri farklılaşmaktadır.

Dağılım Normal ve Kategori sayısı dört (20-29,30-39,40-49,50-59) olduğundan dolayı bu hipotezimizi test etmek için ANOVA testi kullanılmıştır.

Tablo 31. Yaşa Göre Sağlık Turizmi İhtiyaçtır Düzeyinin Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin ANOVA Testi Sonuçları;

Bağımsız Değişken	Gruplar	Sig. (p) Anlamlılık Düzeyi	Hipotez Testi Sonucu
Yaş	20-29 30-39 40-49 50-59	0,005	Kabul

Araştırma kapsamında ulaşılan turistlerin yaşlarına göre sağlık turizmi ihtiyaçtır düzeyinin farklılaşp farklılaşmadığına ilişkin ANOVA testi uygulanmıştır. Yapılan analiz sonucunda 20-29 yaş aralığında yer alan turistlere göre 50-59 yaş arasında yer alan turistlerin sağlık turizmi ihtiyaçtır olarak değerlendirdikleri tespit edilmiştir.

H21: Sağlık turizminden faydalanan insanların cinsiyetlerine göre sağlık turizmi işletmesi binasının ergonomik yapısının önemi farklılaşmaktadır.

Dağılım Normal ve Kategori sayısı iki (Kadın-Erkek) olduğundan dolayı bu hipotezimizi test etmek için t testi kullanılmıştır.

Tablo 32. Cinsiyete Göre Sağlık Turizminden Faydalanan İnsanların Sağlık Turizmini İşletmesinin Ergonomik Yapısının Önem Düzeyinin Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin T Testi Sonuçları;

Bağımsız Değişken	Gruplar	Ortalamalar	S.S. Standart Sapma	Sig. (p) Anlamlılık Düzeyi	Hipotez Testi Sonucu
Cinsiyet	Kadın Erkek	4,0182 4,4891	1,28910 0,91728	0,001	Kabul

Sağlık turizmine katılan turistlerin sağlık turizmi işletmesi binasının ergonomik yapısının önemi konusunda fikirleri farklılaşabilmektedir. Bu doğrultuda çalışmaya katılan sağlık turizmi kapsamında turizm hareketleri içerisinde yer almış olan turistlerin cinsiyetlerine göre sağlık turizmi işletmesi binasının ergonomik yapısının önem düzeyi algılarının farklılaştığı tespit edilmiştir ($p < 0,05$).

H22': Sağlık turizminden faydalanan insanların cinsiyetlerine göre sağlık personeli ve destek personeli seçme konusunda fikirleri farklılaşmaktadır.

Dağılım Normal ve Kategori sayısı iki (Kadın-Erkek) olduğundan dolayı bu hipotezimizi test etmek için t testi kullanılmıştır.

Tablo 33. Cinsiyete Göre Sağlık Turizminden Faydalanan İnsanların Sağlık Turizmini Sağlık Personeli ve Destek Personeli Seçme Konusunda Fikirlerinin Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin T Testi Sonuçları;

Bağımsız Değişken	Gruplar	Ortalamalar	S.S. Standart Sapma	Sig. (p) Anlamlılık Düzeyi	Hipotez Testi Sonucu
Cinsiyet	Kadın Erkek	4,1455 4,5217	1,23744 0,95217	0,001	Kabul

Sağlık turizmine katılan turistlerin sağlık personelini ve destek personelini seçme konusunda fikirleri farklılaşabilmektedir. Bu doğrultuda çalışmaya katılan sağlık turizmi kapsamında turizm hareketleri içerisinde yer almış olan turistlerin cinsiyetlerine göre sağlık personelini ve destek personelini seçme önem düzeyi algılarının farklılaştığı tespit edilmiştir ($p < 0,05$).

H23¹: Sağlık turizminden faydalanan insanların cinsiyetlerine göre sağlık turizminde kullanılan malzemelerin son kullanma tarihi önemi farklılaşmaktadır.

Dağılım Normal ve Kategori sayısı iki (Kadın-Erkek) olduğundan dolayı bu hipotezimizi test etmek için t testi kullanılmıştır.

Tablo 34. Cinsiyete Göre Sağlık Turizminden Faydalanan İnsanların Kullanılan Malzemelerin Son Kullanma Tarihine Önem Düzeyinin Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin T Testi Sonuçları;

Bağımsız Değişken	Gruplar	Ortalamalar	S.S. Standart Sapma	Sig. (p) Anlamlılık Düzeyi	Hipotez Testi Sonucu
Cinsiyet	Kadın Erkek	4,1455 4,0818	1,25211 0,94081	0,001	Kabul

Sağlık turizmine katılan turistlerin sağlık turizminde kullanılan malzemelerin son kullanma tarihinin önemi farklılaşabilmektedir. Bu doğrultuda çalışmaya katılan sağlık turizmi kapsamında turizm hareketleri içerisinde yer almış olan turistlerin cinsiyetlerine göre sağlık turizminde kullanılan malzemelerin son kullanma tarihinin önem düzeyi algılarının farklılaştığı tespit edilmiştir ($p < 0,05$).

H24: Sağlık turizminden faydalanan insanların cinsiyetlerine göre sağlık turizminde refakatçi alınması önemi farklılaşmaktadır.

Dağılım Normal ve Kategori sayısı iki (Kadın-Erkek) olduğundan dolayı bu hipotezimizi test etmek için t testi kullanılmıştır.

Tablo 35. Cinsiyete Göre Sağlık Turizminden Faydalanan İnsanların Sağlık Turizmi İşletmelerinde Refakatçi Alınması Önem Düzeyinin Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin T Testi Sonuçları;

Bağımsız Değişken	Gruplar	Ortalamalar	S.S. Standart Sapma	Sig. (p) Anlamlılık Düzeyi	Hipotez Testi Sonucu
Cinsiyet	Kadın Erkek	4,0818 4,4565	1,24696 0,96284	0,001	Kabul

Sağlık turizmine katılan turistlerin sağlık turizminde refakatçi alınmasının önemi farklılaşabilmektedir. Bu doğrultuda çalışmaya katılan sağlık turizmi kapsamında turizm hareketleri içerisinde yer almış olan turistlerin cinsiyetlerine göre sağlık turizminde refakatçi alınmasının önem düzeyi algılarının farklılaştığı tespit edilmiştir. ($p < 0,05$).

H25: Sağlık turizminden faydalanan insanların cinsiyetlerine göre sağlık turizminde mahremiyet nedeniyle hemcinsinden hizmet alma önemi farklılaşmaktadır.

Dağılım Normal ve Kategori sayısı iki (Kadın-Erkek) olduğundan dolayı bu hipotezimizi test etmek için t testi kullanılmıştır.

Tablo 36. Cinsiyete Göre Sağlık Turizminden Faydalanan İnsanların Mahremiyet Nedeniyel Hemcinsinden Hizmet Alma Önem Düzeyinin Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin T Testi Sonuçları;

Bağımsız Değişken	Gruplar	Ortalamalar	S.S. Standart Sapma	Sig. (p) Anlamlılık Düzeyi	Hipotez Testi Sonucu
Cinsiyet	Kadın Erkek	3.6696 4,4674	1,48218 0,89261	0,001	Kabul

Sağlık turizmine katılan turistlerin sağlık turizminde mahremiyet nedeniyle hemcinsinden hizmet alma önemi farklılaşabilmektedir. Bu doğrultuda çalışmaya katılan sağlık turizmi kapsamında turizm hareketleri içerisinde yer almış olan

turistlerin cinsiyetlerine göre sağlık turizminde mahremiyet nedeniyle hemcinsinden hizmet alma önem düzeyi algılarının farklılaştığı tespit edilmiştir. ($p < 0,05$).

H26: Sağlık turizminden faydalanan insanların cinsiyetlerine göre sağlık turizm işletmesinde ödeme yönteminin önemi farklılaşmaktadır.

Dağılım Normal ve Kategori sayısı iki (Kadın-Erkek) olduğundan dolayı bu hipotezimizi test etmek için t testi kullanılmıştır.

Tablo 37. Cinsiyete Göre Sağlık Turizminden Faydalanan İnsanların Sağlık Turizm İşletmesinde Ödeme Yöntemlerinin Önem Düzeyinin Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin T Testi Sonuçları;

Bağımsız Değişken	Gruplar	Ortalamalar	S.S. Standart Sapma	Sig. (p) Anlamlılık Düzeyi	Hipotez Testi Sonucu
Cinsiyet	Kadın Erkek	4,0273 4,4783	1,30653 0,92893	0,001	Kabul

Sağlık turizmine katılan turistlerin sağlık turizmi işletmesinde ödeme yöntemi önemi farklılaşabilmektedir. Bu doğrultuda çalışmaya katılan sağlık turizmi kapsamında turizm hareketleri içerisinde yer almış olan turistlerin cinsiyetlerine göre sağlık turizmi işletmesinde ödeme yöntemi önem düzeyi algılarının farklılaştığı tespit edilmiştir. ($p < 0,05$).

H27: Sağlık turizminden faydalanan insanların cinsiyetlerine göre sağlık turizmi hizmeti alınan odada TV ve internet olmasının önemi farklılaşmaktadır.

Dağılım Normal ve Kategori sayısı iki (Kadın-Erkek) olduğundan dolayı bu hipotezimizi test etmek için t testi kullanılmıştır.

Tablo 38. Cinsiyete Göre Sağlık Turizminden Faydalanan İnsanların Sağlık Turizm İşletmesinde Hizmet Alınan Odada TV ve İnternet Olmasının Önem Düzeyinin Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin T Testi Sonuçları;

Bağımsız Değişken	Gruplar	Ortalamalar	S.S. Standart Sapma	Sig. (p) Anlamlılık Düzeyi	Hipotez Testi Sonucu
Cinsiyet	Kadın Erkek	3,9636 4,4891	1,35098 0,95236	0,001	Kabul

Sağlık turizmine katılan turistlerin sağlık turizmi işletmesinde tv ve internet olması önemi farklılaşabilmektedir. Bu doğrultuda çalışmaya katılan sağlık turizmi

kapsamında turizm hareketleri içerisinde yer almış olan turistlerin cinsiyetlerine göre sağlık turizmi işletmesinde tv ve internet olması önem düzeyi algılarının farklılaştığı tespit edilmiştir.($p < 0,05$).

TARTIŞMA, SONUÇ ve ÖNERİLER

Bu çalışmada, Sivas ilinde sağlık turizmine katılan turistlerin demografik özellikleri, sağlık turizmi tercih nedenleri ve hizmete yönelik algıları incelenmiş ve elde edilen bulgular, ilgili literatür ile karşılaştırılarak değerlendirilmiştir.

Araştırma sonuçlarına göre, sağlık turizmine katılan bireylerin büyük çoğunluğunu 30-39 yaş grubundaki bireyler oluşturmaktadır. Benzer şekilde, Carrera ve Bridges (2006) tarafından yapılan çalışmada da sağlık turizmi katılımcılarının çoğunluğunun orta yaş grubunda yer aldığı ve bu grubun sağlık bilincinin daha yüksek olduğu belirtilmiştir. Sivas özelinde orta yaş grubunun ağırlıkta olması, ilin sağlık turizmi hizmetlerini bu yaş grubunun ihtiyaçlarına göre şekillendirmesi gerektiğini göstermektedir.

Çalışmada, katılımcıların %54,5'inin kadın olduğu tespit edilmiştir. Literatürde kadınların sağlık hizmetlerine erişimde daha istekli olduğu ve sağlık hizmeti arayışında erkeklere göre daha proaktif davrandıkları ifade edilmektedir (Connell 2006). Bu sonuç, sağlık turizmine yönelik tanıtım stratejilerinde kadınların hedef kitle olarak ön planda tutulması gerektiğine işaret etmektedir.

Katılımcıların önemli bir kısmının (%84,7) sağlık turizmi hizmetlerini maliyetli bulması, dikkat çeken bir başka bulgudur. Yapılan çalışmalar, özellikle yerli turistler açısından sağlık turizmi maliyetlerinin yüksek algılandığını ve bu durumun katılımı sınırlandırdığını göstermektedir (Heung, Kucukusta ve Song 2010). Sivas özelinde de bu algının mevcut olması, sağlık turizminin yaygınlaştırılması için maliyetlerin daha ulaşılabilir hale getirilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır.

Elde edilen sonuçlara göre, sağlık turizmine katılan bireylerin büyük bir bölümünün lisans düzeyinde eğitime sahip olduğu belirlenmiştir. Literatürde, eğitim düzeyinin artmasıyla birlikte bireylerin sağlık hizmetlerine olan talebinin arttığı ve daha bilinçli tercihlerde bulundukları ifade edilmektedir (Turner 2007). Bu doğrultuda, Sivas ilinde sağlık turizmine yönelik bilgilendirme ve tanıtım faaliyetlerinde eğitim düzeyi yüksek bireylerin öncelikli hedef kitle olarak belirlenmesi önerilebilir.

Araştırma ayrıca, Sivas dışında yaşayan ancak köken olarak Sivas'a bağlı bireylerin sağlık turizmine katılım oranının yüksek olduğunu göstermektedir. Bu durum, Cohen (2008) tarafından ifade edilen "duygusal destinasyon bağlılığı" kavramı ile örtüşmektedir. Yani, bireyler sadece sağlık hizmeti almak amacıyla değil, aynı zamanda aidiyet hissettikleri coğrafyaya olan bağlılıkları nedeniyle de sağlık turizmini tercih edebilmektedirler.

Sivas'ın sağlık turizmi potansiyeli değerlendirildiğinde, ilin özellikle termal kaynaklar gibi doğal zenginliklere dayalı önemli avantajlara sahip olduğu görülmektedir. Ancak bu potansiyelin etkin bir şekilde kullanılmadığı anlaşılmaktadır. Karademir ve Sivuk (2023), sağlık turizmi destinasyonlarının gelişiminde tanıtım eksikliği, altyapı yetersizlikleri ve destinasyon bilinirliğinin düşüklüğünün önemli engeller olduğunu belirtmektedir. Bu çalışma kapsamında elde edilen bulgular da, Sivas'ın benzer sorunlarla karşı karşıya olduğunu ortaya koymaktadır.

Sonuç olarak, bu araştırma, Sivas'ın sağlık turizmindeki mevcut durumunu ortaya koymakta ve ilin bu alandaki gelişim potansiyelini destekleyecek stratejik planlamalara ihtiyaç duyulduğunu göstermektedir. Araştırmanın bulguları, literatürde sağlık turizmine katılımı etkileyen faktörler ile büyük ölçüde örtüşmektedir. Bununla birlikte, Sivas'a özgü demografik ve kültürel özelliklerin sağlık turizmi tercihlerinde belirleyici olduğu görülmüştür. Bu bağlamda, ilerleyen dönemlerde yapılacak çalışmalarda Sivas'ın özgün yapısının dikkate alınarak daha derinlemesine analizlerin gerçekleştirilmesi önem arz etmektedir.

Bu çalışma, Sivas ilinde sağlık turizmine katılan turistlerin demografik özelliklerini ve sağlık hizmetlerine yönelik algılarını ortaya koymuştur. Bulgular, sağlık turizmine katılan bireylerin çoğunlukla orta yaş grubunda, kadın ve yüksek öğrenim düzeyine sahip olduğunu göstermektedir. Ayrıca, sağlık hizmet maliyetlerinin yüksek bulunması katılımı sınırlayan önemli bir faktör olarak öne çıkmıştır.

Sivas'ın termal kaynaklar ve uzman sağlık hizmetleri açısından önemli bir potansiyele sahip olduğu görülmekle birlikte, mevcut kapasitenin etkin şekilde kullanılmadığı anlaşılmaktadır. Çalışma sonuçları, Sivas'ta sağlık turizminin

geliştirilmesi için tanıtım faaliyetlerinin artırılması, maliyetlerin düzenlenmesi ve sağlık hizmetlerinin çeşitlendirilmesi gerektiğini ortaya koymuştur.

Bu bulgular doğrultusunda, Sivas'ın sağlık turizminde daha güçlü bir konuma ulaşabilmesi için kamu ve özel sektör iş birliğinde stratejik planlamaların yapılması önerilmektedir.

Bu çalışmanın bulguları doğrultusunda, Sivas'ta sağlık turizmini geliştirmek ve sektörde sürdürülebilir bir büyüme sağlamak amacıyla aşağıdaki öneriler sunulmaktadır:

1. Tanıtım ve Farkındalık Çalışmaları: Sağlık turizmi hizmetleri ve avantajları hakkında toplumun bilgilendirilmesi için düzenli tanıtım kampanyaları yürütülmelidir. Dijital platformlar, sosyal medya ve geleneksel medya bu amaçla etkili bir şekilde kullanılmalıdır.
2. Yaşa Uygun Hizmet Çeşitlendirmesi: Genç, orta yaş ve yaşlı bireylerin ihtiyaçlarına göre farklılaştırılmış sağlık hizmet paketleri oluşturulmalı, her yaş grubuna özel sağlık turizmi programları geliştirilmelidir.
3. Bilgilendirme ve Yönlendirme Merkezleri: Özellikle havaalanı, otogar ve turistik bölgelerde sağlık turizmi danışma ofisleri kurulmalı, ziyaretçilere rehberlik edilmelidir.
4. Ekonomik Erişim Kolaylıkları: Sağlık hizmetlerinde ödeme kolaylığı sağlanarak taksit seçenekleri ve finansal destek mekanizmaları geliştirilmeli, daha geniş bir kitleye hizmet sunulmalıdır.
5. Altyapı ve Kalite Geliştirme: Sağlık kuruluşlarının uluslararası akreditasyon standartlarına uygunluğu artırılmalı, sağlık personelinin yabancı dil eğitimi desteklenmelidir.
6. Sağlık Turizmi Günü Organizasyonu: Valilik ve belediyelerin iş birliğiyle her yıl belirli bir gün "Sivas Sağlık Turizmi Günü" olarak kutlanarak şehirde sağlık turizmine yönelik bilinç ve ilgi artırılmalıdır.
7. Sağlık ve Tatil Paketleri Oluşturulması: Tedavi süreçleri ile turistik gezi imkânlarını birleştiren sağlık-tatil paketleri hazırlanarak hem sağlık

hizmeti almak hem de dinlenmek isteyen turistlere entegre bir deneyim sunulmalıdır.

8. Yurtdışı Tanıtım Faaliyetleri: Sivas'ın sağlık turizmi potansiyelini uluslararası fuarlar, sempozyumlar ve sektörel etkinliklerde tanıtmak üzere stratejik çalışmalar yapılmalıdır.
9. Yerel Halkın Eğitimi ve Bilinçlendirilmesi: Sağlık turizmi konusunda yerel halkın bilinç düzeyinin artırılması için eğitim programları düzenlenmelidir. Böylece şehirde turistlere yönelik olumlu bir algı oluşturulabilir.
10. Özel Sektör ve Kamu İş Birliklerinin Artırılması: Sağlık turizmine yönelik yatırımlarda kamu ve özel sektör iş birliği teşvik edilmeli; yeni yatırımlar için teşvik paketleri oluşturulmalıdır.
11. Araştırma ve Veri Toplama Sürekliliği: Sağlık turizmi hareketliliği ile ilgili düzenli veri toplanarak stratejik planlamalar yapılmalı; sektörün ihtiyaçları bilimsel verilerle desteklenmelidir.
12. İleri Teknoloji Kullanımı: Sağlık turizmi hizmetlerinde ileri görüntüleme ve tedavi teknolojilerine yatırım yapılarak, uluslararası rekabet gücü artırılmalıdır.
13. Termal ve Doğal Kaynakların Etkin Kullanımı: Sivas'ın termal kaynakları modern tesislerle desteklenerek uluslararası standartlarda hizmet veren termal sağlık merkezleri oluşturulmalıdır.
14. Hasta Takip ve Destek Hizmetleri: Sağlık turistlerine yönelik kapsamlı hasta takip sistemleri kurulmalı; tedavi sonrası bakım ve destek süreçleri profesyonel şekilde yürütülmelidir.

KAYNAKÇA

- Akdu Uğur ve Akdu Serap (2018). “Engelli Turizmi: Yasal Düzenlemeler ve Uygulamalar.” *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(23), 99-123
- Alaeddinoğlu Faruk ve Rol Sahin. (2020). “Üçüncü Yaş Turizmi Bağlamında Türkiye’nin Potansiyelinin Değerlendirilmesi.” *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 47(1), 45–60.
- Ayaz, Nurettin ve Eren Mehmet (2020). “Türkiye’de İnanç Turizmi Üzerine Nitel Bir Araştırma”. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 284–301.
- Aydın Serhat ve Sezerel Hakan (2017). “Seyahat Motivasyonlarına İlişkin Bir Yazın İncelemesi.” *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 7(2), 118–140.
- Bandeoğlu, Zeyyat (2016). “Türkiye’de Kültür Turizmi Potansiyeli Üzerine Bir Değerlendirme.” *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(2), 155–168.
- Barbaros Yachting. (2024). Hayalinizdeki tatil bir lüks yat kiralama deneyimiyle başlıyor.<https://barbarosyachting.com/tr/hayalinizdeki-tatil-bir-luks-yat-kiralama-deneyimiyle-basliyor/>
- Barlas, Barış (2019). *Yat Turizmi*. Türkiye Turizm Ansiklopedisi, Ankara: Turizm Akademisi Yayınları.
- Batbaylı, Şule (2022). “Türkiye’nin Uluslararası Sağlık Turizmindeki Rekabet Gücünün Ekonomik Büyümeye Etkisi: Ampirik Bir Analiz.” *International Journal of Social Inquiry*, 15(2), 365–382.
- Bookman, M. Z., and Bookman, K. R. (2007). *Medical tourism in developing countries*. Palgrave Macmillan.
- Bulut Arzu ve Şengül Halil (2019). “Dünyada ve Türkiye’de Sağlık Turizmi”. *Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 45-62.

- Butler, Robert W. (2001). Seasonality in tourism: Issues and implications. In T. Baum & S. Lundtorp (Eds.), *Seasonality in tourism* (pp. 5–21). Pergamon.
- Büyüköztürk, Şener. (2018). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı: İstatistik, araştırma deseni, SPSS uygulamaları ve yorum* (24. baskı). İstanbul: Pegem Akademi.
- Connell, John (2006). “Medical tourism: Sea, sun, sand and... surgery.” *Tourism Management*, 27(6), 1093–1100.
- Connell, John (2011). Medical tourism. CABI.
- Çakmak Fatih ve Yılmaz Ömer (2018). “Turizmin İktisadi Sürdürülebilirliği Açısından Kış Turizmi.” *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(1), 267–286.
- Çakmak Fatih ve Yılmaz Ömer (2018). “Turizmin İktisadi Sürdürülebilirliği Açısından Kış Turizmi.” *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(1), 267–286.
- Dinç, Erkan (2018). *Tüketici Davranışları ve Dijitalleşme: Yeni Nesil Pazarlama Perspektifi*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Doğan Burtan Bahar ve Aslan Abdülmücahit (2019). “Türkiye’de Sağlık Turizminin Mevcut Durumu ve Ülke Ekonomisine Katkıları.” *Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(18), 390-418.
- Eusébio, C., and Carneiro, M. J. (2015). “The impact of youth tourism on future travel behaviour.” *Journal of Tourism and Development*, 23(1), 45–58.
- Gibson Heather ve Yiannakis Andrew. (2002). “Tourist roles: Needs and the lifecourse.” *Annals of Tourism Research*, 29(2), 358–383.
- Güneş Gaye ve Sarıışık Mehmet (2023). “Sağlık Turizmi Alanında Türkiye’nin Rekabet Gücü: Güncel Eğilimler ve Stratejik Değerlendirmeler.” *Journal of Tourism and Development Studies*, 6(2), 150–168.
- Gürbüz Ahmet ve Yıldırım Tamer (2019). “Kış Turizminin Sürdürülebilirliği Kapsamında Seyahat Acentası Yöneticilerinin Bakış Açısı: Kayseri Örneği.” *Journal of Recreation and Tourism Research*, 6(2), 88–103.

Han Han and Hyun Sean Sunghyup (2015). “Customer retention in the medical tourism industry: Impact of quality, satisfaction, trust, and price reasonableness.” *Tourism Management*, 46, 20–29.

Hanefeld Johanna, Smith Richard, Horsfall Doktora and Lunt Neil (2015). What do we know about medical tourism? A review of the literature with discussion of its implications for the UK National Health Service as an example of a public health care system. *Journal of Travel Medicine*, 21(6), 410–417.

Higham, James E. S., and Hinch, Tom. D. (2002). “Tourism, sport and seasons: The challenges and potential of overcoming seasonality in the sport and tourism sectors.” *Tourism Management*, 23(2), 175–185.

İnternet Kaynakları

Jamal, S., and Newbold, K. Bruce (2020). Factors associated with travel behavior of millennials and older adults: A scoping review. *Sustainability*, 12(19), 8236.

Johnston Rory, Crooks Valorie A., Snyder Jeremy and Kingsbury Paul (2010). “What is known about the effects of medical tourism in destination and departure countries? *International Journal for Equity in Health*, 9(24).

Joint Commission International. (2023). JCI-accredited organizations. <https://www.jointcommissioninternational.org/who-we-are/accredited-organizations/#sort=%40aoname%20ascending>

Kaçar Filiz ve Türker Nuray (2020). “Ayasofya Bağlamında İnanç Turizmi Ziyaretçilerinin Seyahat Motivasyonları ve Dini Mekân Algıları.” *Turizm ve İşletmecilik Dergisi*, 1(1), 40–63.

Kaya, Yasemin (2025). “Türkiye'nin Sağlık Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi.” *Annals of Gastronomy and Tourism Studies*, 2(1), 15-20.

Kılıçlar Arzu, Aysen Esin ve Küçükerşin Fulden (2016). “Demografik Değişimlerin Turizm Türleri Üzerindeki Belirleyici Etkisi: Üçüncü Yaş Turizmi.” *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 1(1), 80–95.

Kotler Philip, Bowen John T., and Makens James. C. (2016). Marketing for hospitality and tourism (7th ed.). Pearson Education.

- Kozak Meryem ve Kozak Nazmi (2008). *Genel turizm: İlkeler ve kavramlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Lee, C., and Fernando, Y. (2018). “The antecedents and outcomes of medical tourism development in Malaysia.” *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 23(3), 275–287
- Lu, Xiaojing and Zhu Jiabin (2024). Design and development of middle-aged and elderly tourism products based on fuzzy decision support system. *Journal of Ambient Intelligence and Humanized Computing*.
- Lunt Neil, Smith Richard, Exworthy Mark, Green, Stephen T., Horsfall, Daniel and Mannion, Russell (2014). *Medical Tourism: Treatments, Markets and Health System Implications*. OECD.
- Meuwissen, Manevska Petit M., Feindt, P. H., and Slijper, T. (2015). Investigating the role of health tourism in the European Union. CORE.
- Minnaert Lynn, Maitland Robert ve Miller Graham (2009). “Tourism and social policy: The value of social tourism.” *Annals of Tourism Research*, 36(2), 316–334.
- Muhammed İrşad Arşad, Muhammed Enver ve İkbâl Muhammed Şahbaz (2018). “Pakistan turizm sektörü ve zorlukları: bir inceleme” *Asya Pasifik Turizm Araştırmaları Dergisi*, 23(2)
- Özkurt, Hatice (2007). “Sağlık Turizmi Tahvilleri.” *Maliye Dergisi*, (152), 121-142.
- Özyurt, Paşa Mustafa (2018). *Turizm gelişiminin yerel halkın bireysel ve toplumsal yaşam kalitesi üzerine etkilerinin incelenmesi*, Doktora tezi, Akdeniz Üniversitesi, Antalya.
- Patterson, I., Daruwalla, P., and Pegg, S. (2021). Behaviour and habits of senior tourists. In *Senior Tourism: Interdisciplinary Perspectives on Aging and Leisure* (pp. 1–17). Edward Elgar Publishing.
- Patuelli Roberto and Nijkamp Peter (2016). “Travel motivations of seniors: A review and a meta-analytical assessment.” *Tourism Economics*, 22(4), 847–862.

- Pektaş, Çağdaş ve Aydın Sinem (2021). “Kongre turizmi ile ilgili hazırlanan lisansüstü tezlerin bibliyometrik profili”. *Turizm Ekonomi ve İşletme Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 72–83.
- Pirselimoğlu Batman Zeynep, Öztürk Kurtaslan Banu ve Demirel Öner. (2019). “Türkiye'nin Doğu Karadeniz Bölgesi'nde yayla turizminin değerlendirilmesi.” *AÇÜ Orman Fakültesi Dergisi*, 20(1), 125–133.
- Pocock Nicola S., and Phua Kai Hong (2023). Medical tourism and policy implications for health systems: A conceptual framework from a comparative study of Thailand, Singapore and Malaysia. *Global Health*, 19(1), 1–10.
- Qiao Guanghui, Ding Liu, Xiang Kehenq, Prideaux Bruce and Xu Jinyi (2022). “Understanding the value of tourism to seniors' health and positive aging”. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(3), 1657.
- Richards, Greq. (1996). *Cultural tourism in Europe*. CAB International.
- Richards, Greq. (2008). The experience industry and the creation of youth travel experiences. In A. Richards & J. Wilson (Eds.), *Youth Tourism and the Experience Economy* (pp. 28–47). ATLAS.
- Ridderstaat Jorge and Singh Dipendra (2020). “The impact of major tourist markets on health tourism spending in the United States.” *Journal of Destination Marketing & Management*, 17, 100456.
- Schiffman Leon G., and Kanuk, L. L. (2010). *Consumer behavior* (10th ed.). Pearson Education.
- Semiz Çelik, Derya (2022). “Havayolu İşletmeciliğinde Reklamlar ve Uygulamaları”. *İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(2), 364–382.
- Siner Güzel ve Torun Nazan (2020). “Sağlık Turizminde Termal Turizm ve SPA-Wellness Turizminin Yeri ve Önemi”. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 48(1), 517–533.

- Solomon, Michael R. (2018). *Consumer behavior: Buying, having, and being* (12th ed.). Pearson
- Şengül Halil ve Bulut Arzu (2019). “Sağlık Turizmi Çerçevesinde Türkiye’de Termal Turizm; Bir SWOT Analizi Çalışması”. *ESTÜDAM Halk Sağlığı Dergisi*, 4(1), 55-70.
- Tan, E. L., and Koay, Y. S. (2022). “Medical tourism in Singapore: A destination for affordable, high-quality healthcare.” *Asian Journal of Public Health*, 12(3), 211–218.
- Tatık, Elvan (2024). “Turistlerin Seyahat Motivasyonlarının Destinasyon İmajı ve Davranışsal Niyetleri Üzerindeki Etkisi.” *Turizm ve Araştırma Dergisi*, 13(1), 60–75.
- Turner, Leigh (2007). “First world health care at third world prices: Globalization, bioethics and medical tourism.” *BioSocieties*, 2(3), 303–325.
- Turner, Leigh (2007). “Medical tourism: Family medicine and international health-related travel.” *Canadian Family Physician*, 53(10), 1639–1641.
- Türkcan, Burcu (2021). “Türkiye’de İç Turizm Harcamaları ile Ekonomik Büyüme İlişkisi.” *Efil Journal*.
- Türker Nuray, Akça Emrullah ve Uçar Mehmet (2019). “Dini Mekânları Ziyaret Eden Turistlerin Seyahat Motivasyonları: Kastamonu İlinde Bir Uygulama.” *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 111–132.
- Uspanova, Balkumis (2017). *Kazakistan’ın turizm potansiyeli ve geliştirilebilir turizm çeşidi olarak kültür turizminin incelenmesi*, Yüksek lisans tezi, Akdeniz Üniversitesi, Antalya.
- World Travel and Tourism Council. (2021). *Economic impact report 2021*. <https://wttc.org/Research/Economic-Impact>
- Yağar Fedayi ve Dökme Sema (2017). “Investigation of the factors that shape medical tourism: The case of Turkey.” *Uluslararası Sağlık Yönetimi ve Stratejileri Araştırma Dergisi*, 3(2), 62–72.

- Yalçın Mehmet ve Karaman Sebahattin (2022). “Z kuşağı Bireylerinin Turistik Ürün Tercihlerine İlişkin Bir Değerlendirme.” *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(Ek.2), 62–76.
- Yıldırım Saçılık ve Toptaş Aytaç (2017).” Kültür Turizmi ve Etkileri Konusunda Turizm Öğrencilerinin Algılarının Belirlenmesi.” *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(1), 106–121.
- Yıldırım, Aynur (2020). *Helal Turizm ve Duygusal Pazarlama: Algılanan Helal Otel İmajına Yönelik Bir Araştırma*, Yayımlanmamış doktora tezi. Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yurcu, Gülseren (2022). *Wellness & SPA turizmi*. In G. Yurcu (Ed.), *Wellness & spa turizmi* Ankara: Detay Yayıncılık, (pp. 45–68).
- Zailani, S., Mohezar, S., Thailand, R. M., Iranmanesh, M.,and Palil, M. R. (2016). Predicting patients’ intention to travel for medical tourism using the theory of planned behaviour: A structural equation modelling approach. *Tourism Management*, 57, 150–160.
- Zhao Yujiao, Yang Jun, Song Juanru and Lu Yiqing (2025). The effects of tourism motivation and perceived value on tourists’ behavioral intention toward forest health tourism: The moderating role of attitude. *Sustainability*, 17(2), 713.

EKLER

EK 1 Anket formu

Cinsiyetiniz:

- ☐ Kadın
- ☐ Erkek

Yaşınız:

- ☐ 20-29
- ☐ 30-39
- ☐ 40-49
- ☐ 50-59
- ☐ 60 ve üzeri

Eğitim Durumunuz:

- ☐ Lise
- ☐ Ön Lisans
- ☐ Üniversite
- ☐ Yüksek Lisans ve üzeri

Çalışma Durumunuz:

- ☐ Çalışmıyor
- ☐ Memur
- ☐ İşçi
- ☐ Özel Sektör
- ☐ Akademisyen

Daha Önce Sağlık Turizminden Faydalandım:

- ☐ Evet
- ☐ Hayır

Aşağıdakilerden hangisi sağlık turizmi kapsamında yapacağınız tercihleri en iyi şekilde ifade eder.

Sorular	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Sağlık turizmi işletmesi seçimi yaparken maliyete önem veririm.					
Sağlık turizmi işletmesi seçimi yaparken tedaviye erişim sürem önemlidir.					
Sağlık turizmi işletmesi seçimi yaparken kısa sürede randevu oluşturabilmem önemlidir.					
Sağlık turizmi işletmesinde hizmet kalitesine önem veririm					
Sağlık turizmi işletmesi seçimi yaparken reklamdan etkilenirim. (sosyal medya, tavsiye, afiş)					
Sağlık turizmi işletmesi personelinin uzmanlığı benim için önemlidir.					
Sağlık turizmi işletmesi personelinin güler yüzlü olması benim için önemlidir.					
Sağlık turizmi işletmesi personelinin görünüşü seçimimi etkiler. (kılık, kıyafet, bakımlı, makyajlı)					
Sağlık turizmi işletmesi seçiminde "helal medikal" kavramına önem veririm. (Kullanılan medikal malzemenin içeriğinin helal malzemeden oluşması. (Örn: domuz jelatini yerine sığır jelatininin kullanılması.)					
Sorduğum soruların net bir şekilde cevabını almak sağlık turizmi satın almamda etkilidir.					
Tercih ettiğim sağlık turizmi işletmesinin "helal gıda sertifikasyonu" olmasını isterim					
Medikal turizm kapsamında helal dostu tesisleri (helal turizm sertifikasyonuna sahip olan) kullanmayı tercih ederim.					
Sağlık turizmi için tercih edeceğim ülkeler genellikle Müslüman ülkelerdir.					
Kampanyalar dikkatimi çeker ve tatil turizmi satın alma olasılığımı artırır.					
Sağlık turizminde daha çok termal turizm tercihimdir.					
Sağlık turizminde daha çok medikal turizm tercihimdir.					
Sağlık turizminde daha çok Spa&Wellness turizm tercihimdir.					
Sağlık turizminde daha çok yaşlı bakımı ve engelli turizmi tercihimdir.					
Sağlık turizmi benim için bir istektir.					
Sağlık turizmi benim için bir ihtiyaçtır.					
Tercih edeceğim sağlık turizmi işletmesinde işlem öncesi ve işlem sonrası yeterli bilgilendirme almak isterim.					
Sağlık turizmi işletmesinde sunulan ikramlara önem					

veririm.					
Sağlık turizmi işletmesinin bina yapısı ve ergonomik koşulları benim için önemlidir.					
Sağlık turizmi işletmesinde sağlık personelinin ve destek hizmet personelinin seçebilme hakkı önemlidir.					
Sağlık turizmi işletmesinde hijyen benim için çok önemlidir.					
Sağlık turizmi işletmesinde kullanılan malzemelerin son kullanma tarihi uygunluğuna bakarım.					
Sağlık turizmi işletmesinde refakatçi alınması önemlidir.					
Sağlık turizmi işletmesinin konumunun şehir merkezinde bulunması önemlidir.					
İşletmenin yakınlarında konaklama tesisi bulunmalıdır.					
Tercih ettiğim sağlık turizmi işletmesinin teknolojik alt yapısı çok iyi olmalıdır					
Tercih ettiğim sağlık turizmi işletmesinde tedaviyi sağlayacak kişinin mahremiyetim açısından hemcinsim olmasını isterim.					
Sağlık turizmi için tercih ettiğim ülkede gezip göreceğim ve tatil yapabileceğim yerler olması önemlidir.					
Sağlık turizmi işletmesinde personelle aynı dili konuşabilmem önemlidir.					
Sağlık işletmesi tercih ederken kendi ülkeme ait sağlık sigortamın tercih ettiğim ülkede geçerli olması benim için önceliklidir.					
Tercih ettiğim sağlık işletmesinde ödeme yöntemi benim için önemlidir. (kartla ödeme, nakit, EFT veya FAST)					
Sağlık hizmeti aldığım odada TV, İnternet mevcut olması gerekir.					
Sunulan sağlık hizmeti koşullarının (kalite, erişim, ulaşım imkânı, teknoloji vb.) eşit olması halinde, sağlık turizmi amaçlı ülke seçimi yaparken gelişmiş ülkeleri tercih ederim.					

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Adı Soyadı : Hazel Aslan

Uyruğu : TC