

T.C.
ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ
SAĞLIK BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
SAĞLIK TURİZMİ DİSİPLİNLERARASI
YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

KUŞADASI'NDA FAALİYETTE BULUNAN OTEL
İŞLETMELERİNDE VE SEYAHAT ACENTELERİNDE
SAĞLIK TURİZMİ FARKINDALIĞI

Esra ERENOĞLU AKSOY
YÜKSEK LİSANS TEZİ

Danışman
Doç. Dr. Ahu YAZICI AYYILDIZ

AYDIN-2023

TEŞEKKÜR

Yüksek Lisans tez çalışmamda ilgi, yardım ve hoşgörüsünü esirgemeyen ve her düştüğümde beni motive eden sevgili danışmanım Doç. Dr. Ahu YAZICI AYYILDIZ'a teşekkürü bir borç bilirim. Tez izleme komitemde yer alarak değerli görüşleri ile tezime katkıda bulunan Doç.Dr. Aziz BOSTAN'a ve Dr.Öğr.Üyesi Güllü GENÇER hocalarıma teşekkür ederim.

Bu zorlu süreçte yardımlarını esirgemeyen ve gerek motivasyon gerekse manevi anlamda her daim yanımda olan ve kahrımı çeken başta, meslektaşım ve biricik arkadaşım Banu ŞİMŞEK'e ve yine meslektaşım ve canım arkadaşım Büşra HAFÇI YORULMAZ'a çok teşekkür ederim.

Yine benimle hem sektör hem akademik bilgisini esirgemeyen manevi kardeşim Özlem Esen'e çok teşekkür ederim.

Sadece tez çalışmamda değil hayatımın her evresinde en zor zamanlarımdaki ve en güzel anlarımdaki en büyük destekçilerim, kızları olmaktan büyük gurur duyduğum canım ailem; annem Rahime, Babam Orhan ERENOĞLU 'ya ve hayatımdaki iyikilerimin başında yer alan ve her koşulda yanımda olan canım ablam Ebru Erenoğlu Zorer'e sonsuz teşekkür ederim.

Son olarak bu süreçte zamanlarından çaldığım, destekleri ve sabırlarını benden esirgemeyen eşim Volkan AKSOY ve en büyük teşekkürümü hak eden o minik kalbiyle beni destekleyen, küçük yaşına rağmen çalışmalarında gösterdiği anlayış için minnettar olduğum, hayatımın anlamı biricik kızım Derin Aksoy'a sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

İÇİNDEKİLER

KABUL VE ONAY	i
TEŞEKKÜR	ii
İÇİNDEKİLER.....	iii
KISALTMALAR DİZİNİ	vi
ŞEKİLLER DİZİNİ	vii
TABLolar DİZİNİ.....	viii
ÖZET	x
ABSTRACT	xi
1.GİRİŞ.....	1
2. GENEL BİLGİLER.....	11
2.1. Sağlık Turizminin Tanımı ve Önemi.....	11
2.2. Sağlık Turizminin Tarihsel Gelişimi	12
2.3. Sağlık Turizmi Çeşitleri.....	14
2.3.1 Termal, Spa & Wellness Turizmi	14
2.3.2. Medikal Turizm	16
2.3.3. İleri Yaş Turizmi	17
2.3.4. Engelli Turizmi.....	18
2.4. Sağlık Turizminin Avantaj ve Dezavantajları	19
2.4.1. Sağlık Turizminin Avantajları	20
2.4.2. Sağlık Turizminin Dezavantajları.....	21
2.5. Sağlık Turizminde Rol Alan Paydaşlar	23
2.5.1. Ana Paydaşlar	24

2.5.1.1. T.C. Sağlık Bakanlığı	25
2.5.1.2. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı.....	26
2.5.1.3. T.C. Ticaret Bakanlığı	26
2.5.1.4. Sosyal Güvenlik Kurumu (SGK).....	27
2.5.1.5. Valilikler.....	28
2.5.1.6. Büyükşehir Belediyeleri	28
2.5.1.7. Yükseköğretim Kurulu (YÖK).....	28
2.5.2. Stratejik Paydaşlar	29
2.5.2.1. Seyahat Acenteleri.....	29
2.5.2.2. Otel İşletmeleri	31
2.5.2.3. Özel, Kamu ve Üniversite Hastaneleri	32
2.5.2.4. Aracı Kuruluşlar	33
2.5.2.5. Sigorta Şirketleri.....	34
2.5.2.6. Ulaşım Firmaları.....	35
2.6. Sağlık Turizminde Hizmet kalitesini Etkileyen Tamamlayıcı Faktörler.....	35
2.6.1. Sağlık Turizminde Akreditasyonunun Rolü	36
2.6.2. Sağlık Turizminde Reklam ve Tanıtımın Önemi	37
2.6.3. Sağlık Turizminde Hasta Takibinin Önemi.....	38
2.7. Dünyada ve Türkiye’de Sağlık Turizmi	40
2.7.1. Dünyada Sağlık Turizmi Mevcut Durumu	40
2.7.2. Türkiye’de Sağlık Turizmi Mevcut Durumu.....	47
2.7.3. Kuşadası’nda Sağlık Turizmi Mevcut Durumu.....	53
3. GEREÇ VE YÖNTEM.....	59
3.1. Gereç.....	59
3.2. Yöntem	60

4. BULGULAR	72
5. TARTIŞMA.....	91
6. SONUÇ VE ÖNERİLER	95
KAYNAKLAR.....	97
BİLİMSEL ETİK BEYANI	113
ÖZ GEÇMİŞ.....	114



KISALTMALAR DİZİNİ

BAE	: Birleşik Arap Emirlikleri
DSÖ	: Dünya Sağlık Örgütü
GETAT	: Geleneksel ve Tamamlayıcı Tıp
ISPA	: Uluslararası SPA Birliği
IUOTO	: Uluslararası Resmi Seyahat Birliği
JCI	: Joint Commission International
SATURK	: Türkiye Sağlık Turizmi Kurulu
SGK	: Sosyal Güvenlik Kurumu
STK	: Sivil Toplum Kuruluşları
TTM	: Türkiye Ticaret Merkezleri
TURSAB	: Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği
UHDB	: Uluslararası Hasta Destek Birimi
UNWTO	: Dünya Turizm Örgütü
USHAŞ	: Uluslararası Sağlık Hizmetleri Anonim Şirketleri
WEF	: Dünya Ekonomik Forumu
YÖK	: Yükseköğretim Kurumu

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1. Ülkemize Gelen Sağlık Turist Sayıları.	49
Şekil 2. 2005-2010 Sağlık Turizmi Gelirleri.....	50



TABLÖLAR DİZİNİ

Tablo 1. Sağlık Turizminde Rol Alan Bazı Paydaşlar	23
Tablo 2. 2023 Yılı Ülkelere Göre JCI' a Akredite Olan Kuruluş Sayısı	42
Tablo 3. Literatürde Medikal Turizm Destinasyonu Olarak En Çok Alıntılanan Yerler ...	42
Tablo 4. Dünya Sağlık Turizmi Gelir Sıralaması (İlk 10 Ülke)	43
Tablo 5. Dünya Sağlık Turizmi Gider Sıralaması (İlk 10 Ülke).....	44
Tablo 6. Sağlık bakanlığı izinli Kuşadası termal turizm merkezleri	55
Tablo 7. Kuşadası'nda Hizmet Veren Geriatri Merkezleri	56
Tablo 8. Kuşadası'ndaki Sağlık Turizmi Yetki Belgesine Sahip Seyahat Acenteleri	56
Tablo 9. Kuşadası'ndaki İşletme Belgeli Tesisler	57
Tablo 10. Sağlık Turizmi Yetki Belgesi Olan Seyahat Acentesi Yetkililerinin Demografik Özellikleri	72
Tablo 11. Sağlık Turizmi Yetki Belgesi Olmayan Seyahat Acentesi Yetkililerinin Demografik Özellikleri	73
Tablo 12. Otel İşletmeleri Yetkililerinin Demografik Özellikleri	73
Tablo 13. Sağlık turizmi kavramının sağlık turizmi yetki belgesi olan seyahat acenteleri ve olmayan seyahat acenteleri ile otel işletmeleri için ifade ettiği kavramlar	74
Tablo 14. Sağlık Turizmi Yetki Belgeli Seyahat Acentelerinin yetki belgesini ne zaman ve nasıl aldıkları.....	76
Tablo 15. Sağlık Turizmi Belgesi Olmayan Seyahat Acentelerinin yetki belgesi alma başvuru durumları	76
Tablo 16. Sağlık Turizmini Diğer Turizm Türlerinden Farklı Kılan Yönleri.....	77
Tablo 17. Sağlık Turizmi Açısından Kuşadası'nın Tercih Edilebilirliği	79
Tablo 18. Kuşadası'nda öne çıkan ve çıkması gereken Sağlık Turizm Türleri	81

Tablo 19. Sağlık Turizmi Yetki Belgesi Olan Seyahat Acentelerinin Hedef Pazarları	82
Tablo 20. Sağlık Turistlerinin Otellerde Konaklama Durumları	83
Tablo 21. Yetki Belgesi Olan Seyahat Acentelerinin Karşılaştıkları Sorunlar ve Misafir Memnuniyetsizlikleri	84
Tablo 22. Kuşadası’ndaki Sağlık turizmi Paydaşlarının Yeterliliği, Aralarındaki İletişim ve Koordinasyon Durumu.....	86



ÖZET

KUŞADASI'NDA FAALİYETTE BULUNAN OTEL İŞLETMELERİNDE VE SEYAHAT ACENTELERİNDEKİ SAĞLIK TURİZMİ FARKINDALIĞI

Erenoğlu Aksoy E. Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Sağlık Turizmi Disiplinler arası Programı, Yüksek Lisans Tezi, Aydın, 2023.

Amaç: Sağlık Turizmi dünya çapında hızla ilerlemekte olan, gelecek vadeden ve sürekli gelişen bir turizm dalıdır. Hem dünyada hem de ülkemizde hızla yayılan sağlık turizmi uluslararası turizm pazarında yer alabilmenin de anahtarı haline gelmiştir. Bu nedenle bu çalışma, Kuşadası'nda faaliyet gösteren 5 yıldızlı otel işletmeleri, sağlık turizmi yetki belgesi olmayan A grubu seyahat acenteleri ve sağlık turizmi yetki belgesi olan seyahat acentelerinde sağlık turizmi farkındalığını yaratmak ve bu alana yönelik önerilerde bulunmak amacıyla yapılmıştır. Bu sayede ise Kuşadası'nda sağlık turizmini geliştirip uluslararası pazarda yer alabilmesi sağlanacaktır.

Gereç ve Yöntem: Çalışmada uzmanlardan görüş alınarak sağlık turizmi farkındalığı konusunda yarı yapılandırılmış sorular hazırlanmıştır. Nitel araştırma yöntemlerinden derinlemesine görüşme tekniği kullanılarak katılımcılarla yeterli sayıda görüşmeler yapılmıştır. Görüşmelerden elde edilen veriler tablolaştırılarak içerik analizine göre incelenmiş ve yorumlanmıştır.

Bulgular: Çalışmada Kuşadası'nda faaliyet gösteren 10 adet 5 yıldızlı otel işletmesi, 8 adet sağlık turizmi yetki belgesi olmayan A sınıfı seyahat acentesi ve 8 adet sağlık turizmi yetki belgesi olan seyahat acenteleri ile yapılan görüşmeler sonucunda otel işletmeleri ve yetki belgesi olan acentelerin sağlık turizmi farkındalığının yüksek; A grubu seyahat acentelerinin ise orta düzeyde olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

Sonuç: Çalışmanın sonuç bölümünde ise tablolardan çıkarılan sonuçlar değerlendirilerek tespitler yapılmış ve gereken önerilerde bulunulmuştur. Yapılan araştırmalarda bu alanda yapılan çok fazla çalışmaya rastlanmamıştır. Bu nedenle çalışmanın otel işletmeleri ve seyahat acentelerine sağlık turizmi farkındalığı yaratmanın yanı sıra literatürdeki boşluğu tamamlayacağı ve bu konuda ışık tutacağı öngörülmüştür.

Anahtar Kelimeler; Sağlık Turizmi Farkındalığı, Sağlık Turizmi, Kuşadası

ABSTRACT

HEALTH TOURISM AWARENESS IN HOTEL MANAGERMENTS AND TRAVEL AGENCIES OPERATING IN KUŞADASI

**Erenoğlu Aksoy E. Aydın Adnan Menderes University, Institute of Health Sciences,
Health Tourism Interdisciplinary Program, Master's Thesis, Aydın, 2023**

Objective: Health Tourism is a rapidly developing, promising and constantly developing tourism branch around the world. Health tourism, which is spreading rapidly both in the world and in our country, has also become the key to taking place in the international tourism market. For this reason, this study was carried out in order to raise awareness of health tourism in 5-star hotel businesses operating in Kuşadası, A group travel agencies without health tourism authorization certificate and travel agencies with health tourism authorization certificate and to make suggestions for this area. In this way, it will be possible to develop health tourism in Kuşadası and take place in the international market.

Material and Methods: In the study, semi-structured questions on health tourism awareness were prepared by taking the opinions of experts. A sufficient number of interviews were conducted with the participants by using the in-depth interview technique, one of the qualitative research methods. The data obtained from the interviews were tabulated, analyzed and interpreted according to content analysis.

Results: In the study, as a result of the interviews with 10 5-star hotels operating in Kuşadası, 8 A-class travel agencies without health tourism authorization certificate and 8 travel agencies with health tourism authorization certificates, hotel businesses and agencies with authorization certificates have high health tourism awareness; It has been found that group A travel agencies are at a moderate level.

Conclusion: In the conclusion part of the study, the results obtained from the tables were evaluated, determinations and necessary suggestions were made. Not many studies were found in this area. For this reason, it is foreseen that the study will fill the gap in the literature and shed light on this issue, as well as raising awareness of health tourism for hotel businesses and travel agencies.

Key words; Health Tourism Awareness, Health Tourism, Kuşadası

1. GİRİŞ

Turizm, aslında çok Eski çağlardan beri vardır ancak II. Dünya savaşının ardından önemi fark edilmeye başlamıştır. Zamanla oluşan küreselleşme hareketleri, teknolojik gelişmeler ve ihtiyaçlar ile birlikte turizm ülkeler için sadece kültürel faaliyetlerin gelişmesi değil aynı zamanda çok önemli bir gelir kaynağı olmuştur. Aynı zamanda turizm de gelişmiş, büyümüş ve çeşitlenmiştir. Özellikle son zamanlarda popüler olan sağlık turizmi, ülkelere belki de en çok gelir sağlayan bir turizm alanı haline gelmiştir (Akdaş, 2020).

Sağlık turizmini tanımlamak gerekirse kendi ülkeleri dışında diğer ülkelerden sağlık hizmeti almak isteyen sağlık turisti misafirlerinin aynı zamanda o ülkedeki turizm hizmetinde de yararlanmalarıdır. Bunun nedeni ise ziyaretçilerin daha uygun ve daha kaliteli hizmet almak istemeleri ya da kendi ülkelerindeki yasaklamalardır. Artan talep ve istekler neticesinde sağlık turizmi git gide gelişerek dünya turizm pazarındaki yerini sağlamlaştırmıştır (Sezgin, 2020).

Sağlık turizminin türlerinden ‘Medikal Turizm’ dünyada yaygın olarak görülen Türkiye’de ise özellikle son yıllarda faaliyet gösteren bir turizmdir. Medikal turizm, turistlerin bir tür tıbbi tedavi almak için uluslararası sınırları aşarak seyahat etmeyi seçmeleridir. Tedaviler tüm tıbbi hizmetleri kapsayabilir. Yaygın tedaviler arasında: diş bakımı, kozmetik cerrahi, elektif cerrahi ve kısırlık tedavisi yer almaktadır. Sağlık turizminin son zamanlarda en çok talep edildiği türlerinden biridir (Gülmez, 2012).

Termal turizm ise tedavi esaslı su ve çamurların, bazı rahatsızlıkların, sağlık alanında gelişimin sağlanması amacıyla termal kuruluşlarda gösterilen turizm faaliyetleridir. Sağlık ve su ayrı düşünölemeyecek kadar birbirine bağı kavramlardır. Kaynak sulara eski dönemlerden beri ilgi duyulmaktadır. Eski dönemlerde kurulan yerleşimler hep bu kaynak sularına göre konumlanmaktaydı. Hatta o zamanda insanlar şifa amaçlı bu bölgelere geziler yapmaktaydı. Bu geziler termal turizmin ortaya çıkmasına neden olmuştur (Brandao ve diğerleri, 2021).

Sağlık turizminin bir diğer dalı olan ve 3. yaş turizmi ya da yaşlı turizmi olarak da bilinen ileri yaş turizmidir. Yaşlı nüfusun hastalıklarındaki tedavi ve bakımları sağlayan bir turizm çeşididir. İleri yaş turizminde bireylerin sadece fiziksel tedavileri değil aynı zamanda ruhsal sağlıkları da önemsenmektedir. Dünyadaki ileri yaş nüfusunun artması neticesinde bu

turizm dalı gelecek potansiyeli yüksek bir alandır (Şak, 2020).

Engelli bireylerin sosyalleşebilmeleri ve hem beden hem ruh sağlıklarına artı sağlamak adına turizm faaliyetlerine de dahil edilmeleri çok önemlidir. Birçok gelişmiş ülkede engelliler için yeni proje ve politikalar geliştirilmiş ve bu sayede onlar da daha rahat bir şekilde seyahat edebilmektedirler. Türkiye’de de son zamanlarda engelli turistlerin erişilebilirliği açısından birçok turizm bölgesinde projeler ve uygulamalar yapılmaktadır (Tellioğlu ve Tekin, 2021).

Wellness Turizminin birçok açıklaması ve tanımı bulunmaktadır. Bunlardan ilki, insanların vücut, psikoloji ve akıl sağlıklarını sosyal yaşamla uyumlanarak arttırmak için yaptığı seyahatlerdir. İkincisi ise insanların fiziksel, psikolojik ve zihinsel sağlığını arttırmak amaçlı hususi hazırlanmış ortamlarda kişilere sunulan hizmettir (Ayhan, 2021).

Türkiye coğrafi konumu, iklimi, fiyatları ve ulaşımı açısından oldukça avantajlı bir ülkedir. Sağlık Turizmi alanında yapılan yatırımlar ve atılan adımlar Türkiye’ye turizm açısından önemli bir katkı sağlamaktadır. Sağlık Turizmi amacıyla ülkeyi ziyaret eden hastalarda 2010 ve sonrasında büyük bir artış görülmektedir ve 2018 yılı itibariyle ülke genelinde 400 binden fazla hasta tedavi edilmiştir. Dünya sağlık turizmi içinde ilk 5 ülke arasında yer alan Türkiye’nin hedefi, ülkeyi sağlık turizmi amaçlı ziyaret eden hasta sayısında 2 milyon kişiye ulaşmak ve 2023’te 20 milyon dolar gelir elde etmektir (Yapıcı, 2021).

Sağlık Turizmi konusunda birçok araştırma yapılmıştır. Yapılan araştırmalar ve bulunan sonuçlar şu şekildedir:

Erdoğan (2018), 250 hekim üzerinde yürüttüğü çalışmada, hekimlerin genel bir sağlık turizmi bilgisine sahip olduğunu ve ancak sağlık turizmi farkındalıklarının genelden özele doğru azaldığını saptamıştır. Çalışma bu sonucu, katılımcı hekimlerin pek çoğunun genç ve tecrübesiz olmasına, yoğun ve tedavi merkezli çalışma şartlarına sahip olmasına bağlamaktadır (Erdoğan, 2018).

Arkın (2022), çalışmasında, sağlık personelinin sağlık turizmi farkındalığını ölçmeyi hedeflemiştir. Çalışma sonucunda, katılımcıların sağlık turizmi algılarının cinsiyete göre fark etmediği ancak yaşa göre anlamlı bir farklılık gösterdiği saptanmıştır. Buna göre 26-35 yaş arası grubun sağlık turizmi algısının daha yüksek olduğu saptanmıştır (Arkın, 2022).

Dağlı (2021), tarafından Türkiye örneklemini üzerinde yürütülen Tıp Fakültesi ve Turizm Fakültesi Öğrencilerinin Sağlık Turizmi Hakkındaki Farkındalık Düzeyleri başlıklı çalışmada sınıf değişkeninin sağlık turizmi farkındalığı ve tüm alt boyutlarla anlamlı bir ilişkisinin olmadığı belirtilmiştir. Aynı çalışmada, sağlık turizmi farkındalığı ile yaş değişkeni arasında anlamlı bir farklılık saptanmamıştır (Dağlı, 2021).

Yaba (2022), sağlık turizmi farkındalık düzeyinin belirlenmesi üzerine yürüttüğü çalışmasında, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi öğrencilerini örneklem olarak almıştır. Farkındalık düzeylerinin cinsiyet ve yaş değişkenine göre anlamlı bir değişiklik göstermediği saptanmıştır. Ancak aynı çalışma sonuçlarına göre, öğrencilerin sağlık turizmi farkındalık düzeyleri ile öğrenim gördükleri fakülte grupları arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Katılımcıların gelir düzeyleri ve sağlık turizmi farkındalık düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık saptanmamıştır (Yaba, 2022).

Acar ve Turan (2016) tarafından yürütülen Sağlık Çalışanlarının Sağlık Turizmi Farkındalığı Üzerine Bir Araştırma: Ahi Evran Üniversitesi Eğitim ve Araştırma Hastanesi Çalışanları Örneği konulu çalışmada, yaş değişkeni ile Sağlık turizmi farkındalığı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark tespit edilmiştir (Acar ve Turan, 2016).

Canver (2015), yaptığı tez çalışmasında İstanbul ilindeki iki özel, iki kamu hastanesindeki sağlık personelinin sağlık algıları konusunda bir araştırma yapmıştır. Çalışmada kamu ve özel hastanelerde görev yapan sağlık personellerinin sağlık turizmi eğitimi, sağlık hizmeti eğitimi, hasta hakları eğitimi, hizmet içi eğitimi ve yabancı dil eğitimi durumları tespit edilmiştir (Canver, 2015).

Dökme (2016), çalışmasında Adana ilindeki 2 özel hastanede görev yapan sağlık personelinin medikal turizm farkındalık düzeyleri amaçlanmış ve araştırma neticesinde 2 özel hastanede medikal turizm ile ilgili ayrı bir birim açılması ve çalışanların yabancı dil sorunlarının ivedilikle giderilmesi, hedef ülkeler için gerekli tanıtımların yapılması ve alan ile ilgili gerçekleşecek olan kongre ya da fuarlara katılımın sağlanması gerekliliği sonucuna ulaşılmıştır (Dökme, 2016).

Keleş (2019), İstanbul’da yaptığı ‘Uluslararası hasta ilişkileri yöneticilerinin sağlık turizmine bakış açısı ve sağlık turizmi faaliyetlerinin değerlendirilmesi’ adlı tez çalışmasında 5 hastane ve 5 tıp merkezi yöneticisiyle yaptığı görüşmeler neticesinde yöneticilerin sağlık turizmi sektörüne pozitif baktıklarını ve sektörün hızla ilerleyeceği konusunda görüşleri

bildirilmiştir. Ayrıca sağlık turizminde Türkiye'nin potansiyelinin yüksek olduğu ve gerekli tanıtımlarının yapılması ile olması gereken yere çok kısa sürede ulaşacağı değerlendirilmiştir (Keleş, 2019).

Babacan (2023), 'Sağlık profesyonellerinin sağlık turizmine ilişkin algılarını belirlemeye yönelik bir araştırma' başlıklı tez çalışmasında Elâzığ ilinde sağlık turizmi faaliyeti gerçekleştiren hastanelerdeki sağlık uzmanlarının sağlık turizmi farkındalıkları nicel araştırma yöntemiyle değerlendirilmiştir. Araştırma sonucunda sağlık uzmanlarının farkındalık düzeylerinin yüksek olduğu tespit edilmiş ve eksik olan yönleri ile ilgili öneriler yapılmıştır (Babacan, 2023).

Gökmen ve diğerleri (2020), tarafından yazılan makalede Ankara ve Konya İllerinde bulunan 3 üniversitenin turizm fakültelerinde çalışan 19 akademisyenin sağlık turizmi farkındalığı değerlendirilmiştir. Neticede, Türkiye'nin sağlık turizmi yönünde reklamlarının yeterince yapılmadığı fakat potansiyelinin olduğu belirtilmiştir. Akademisyenlerin sağlık turizmi farkındalıkları ise orta düzeyde olduğu ve sağlık kurumları uygulamaları ile ilgili daha fazla bilgiye sahip olmaları gerektiği saptanmıştır (Gökmen ve diğerleri, 2020).

Baukute (2012), yaptığı 'Medical Tourism: The Analysis of Positive Aspects of Establishing Medical Tourism Sector in Lithuania' başlıklı çalışmasında Litvanya'nın medikal turizm yönünden potansiyeli incelenmiş ve araştırma sonucunda Litvanya'nın sağlık turizmi potansiyeli düşük çıkmıştır. Bu nedenle Litvanya'nın gerek yasal düzenlemeler gerek pazarlama taktikleri öğrenmeleri gerekliliği gerekse sağlık turizmi paydaşlarıyla koordineli çalışması gerektiği belirtilmiştir (Baukute, 2012).

Froelich (2012), 'A Study About Motivational Factors and The Prerequisites for Creating a Competitive Offer-With A Swedish Perspective' adlı tezinde İsveç'in sağlık turizmi konusundaki rekabet açısından geliştirilmesi ve sağlık turistlerinin motivasyonları değerlendirilmiştir. Araştırma neticesinde İsveç'in sağlık turizminde avantajlı olabilmesi için hizmet çeşitliliğine girmesi ve hizmet unsurlarının ve yetkilerinin değiştirilmesi gerektiği önerilmiştir (Froelich, 2012).

Reddy (2013), "Medical Tourism in India: An Exploratory Study" başlıklı çalışmada Hindistan'daki medikal turizm üzerine bir çalışma yapılmış ve sağlık turistleri motivasyonları yönünden ele alınmıştır. Araştırma sonucunda sağlık turistlerinin ülkeye gelmeden önce bilgi alışverişi yaptıkları, internetten kurum ve kuruluşları inceledikleri, tedavi ücretleri, doktor ve

sağlık kuruluğu kalitesinin karar vermelerinde etkin rol oynadıkları tespit edilmiştir (Raddy, 2013).

Vasiliki'nin (2012), 'Exploring and Exploiting Medical Tourism Opportunities In Greece' başlıklı tez çalışmasında Yunanistan'ın medikal turizm avantajları değerlendirilmiştir. Araştırma neticesinde Yunanistan'ın sağlık turizmi potansiyelinin düşük olduğu ve bunun nedenleri belirlenmiştir. Birçok avantajlı yönüne rağmen potansiyelin düşük olması konusunda tavsiyeler verilmiştir (Vasiliki, 2012).

Kanıgür (2021), araştırmasında Ankara'nın medikal turizm potansiyelinin belirlenmesini amaçlamıştır. Araştırma neticesinde Ankara'nın medikal turizme bakışı ile diğer sağlık turizm türlerine bakış açısının aynı olmadığı ve sağlık turizmi paydaşları arasında koordinasyonun sağlanmadığı belirtilmiştir (Kanıgür, 2021).

Yalçın (2013), çalışmada Antalya'nın sağlık turizmi potansiyeli değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Araştırma için sağlık turizmi paydaşları ile görüşmeler yapılmış ve görüşmeler neticesinde Antalya'nın gerek konumu gerekse turizm faaliyetleri avantajları nedeniyle sağlık turizmi potansiyelinin de yüksek olduğu belirlenmiştir. Özellikle medikal turizmi, ileri yaş turizmi, engelli turizmi ve Spa-Wellness turizmi üzerine yüksek potansiyele sahip olduğu fakat termal turizm konusunda düşük potansiyele sahip olduğu tespit edilmiştir (Yalçın, 2013).

Guluzada (2021), yapılan tez çalışmasında Azerbaycan'ın sağlık turizmi potansiyeli ele alınmıştır. Araştırmada Azerbaycan'ın sağlık turizmi konusunda gerek şifalı suları gerek şifalı çamur kürleri gerekse doğal tedavileri bakımından elverişli olduğu yönler ortaya konmuştur. Araştırma neticesinde Azerbaycan'ın sağlık turizmi potansiyeli SWOT analizi ile incelenmiş ve sağlık turistleri açısından tercih edilen yönleri belirtilmiştir (Guluzada, 2021).

Bayar (2019), 'Dünyada ve Türkiye'de Sağlık Turizminin Önemi ve Geleceği: Antalya Yöresi Araştırması' adlı çalışmada sağlık turizminin yeri ve önemi detaylı bir şekilde incelenmesi amaçlanmıştır. Yapılan SWOT analizi incelenerek Antalya'nın sağlık turizmi yönünden sorunları ve sorunları çözebilmek adına çözüm önerilerinde bulunulmuştur (Bayar, 2019).

Adıgüzel (2020), 'Kuşadası Sağlık Turizm Potansiyelinin Araştırılması' başlıklı tezde Kuşadası'nın sağlık turizmi potansiyeli yerel yönetim ve turist rehberleriyle yapılan odak grup görüşmeleri ile ortaya konulması amaçlanmıştır. Görüşmeler neticesinde sağlık turizmi

potansiyeli ortaya çıkarılarak geliştirmek adına önerilerde bulunulmuştur (Adıgüzel , 2020).

Dalan (2019), alışmada Muğla ili sağlık turizmi potansiyelinin değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Sağlık turizmi paydaşları ile yapılan görüşmeler sonucunda sağlık turizmi farkındalıklarının yüksek olduğu ve sektöre desteklerinin yeterli olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca Muğla ilinin sağlık turizmi yönünden avantajlı yönleri ortaya konarak dezavantajlı olduğu yönler değerlendirilip konu dahilinde paydaşlar ve araştırmacı tarafından yapılan öneriler ile sonuçlanmıştır (Dalan, 2019).

Kabukçuoğlu (2013), yapılan tez çalışmasında Nevşehir ilinin Kozaklı ilçesindeki sağlık turizmi potansiyelini değerlendirmek ve bu potansiyeli arttırmak için yapılacakları tespit etmek amaçlanmıştır. İlçedeki 13 termal tesis ile yapılan görüşmeler neticesinde ilçenin sağlık turizmi potansiyelinin yapılacak olan gerekli reklam, sağlık turizmi hizmet ve eğitimlerinin arttırılması ve koordineli çalışmalar ile arttırabileceği sonucuna ulaşılmıştır (Kabukçuoğlu, 2013).

Çetinkaya (2010), ‘Sağlık Turizmi Açısından Bursa İl’inin Pazarlanabilirliği Konusunda Sağlık alışanlarının Görüşlerinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma’ başlıklı tez çalışmasında Bursa ilinin sağlık turizmi potansiyeli ve pazarlanabilirliğinin ortaya konulması amaçlanmıştır. Araştırma neticesinde sağlık kuruluşları ile yapılan anket çalışmalarıyla elde edilen veriler yorumlanmış ve ilin sağlık turizmi potansiyelinin yüksek olduğu ve pazarlama konusunda ciddi çalışmaların yapılması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır (etinkaya, 2010).

Kostak (2007), tarafından yürütölen tezde sağlık turizminin Türkiye için öneminin ortaya konması amaçlanmıştır. Araştırma ile Türkiye’deki sağlık turizmi potansiyeli ve uluslararası konumu değerlendirilmiş ve potansiyeli arttırmak adına önerilerde bulunulmuştur (Kostak, 2007).

Aydoğdu (2016), ‘Türkiye ve Brezilya’da Sağlık Turizmi: Bir Karşılaştırma’ adlı çalışmada Türkiye ve Brezilya’nın sağlık turizmi potansiyellerinin değerlendirilmesi ve kıyaslanması amaçlanmıştır. Çalışma sonunda iki ölkenin SWOT analizleri yapılarak değerlendirilmiş ve sağlık turizmi potansiyellerinin gelişmesi konusunda önerilerde bulunulmuştur (Aydoğdu, 2016).

Dağ (2020), yürütölen tez çalışmasında Türkiye’deki sağlık turizmi temalı yayımlanmış yüksek lisans tezlerini incelemeyi amaçlamıştır. Araştırmada tüm tezler

bölümler halinde değerlendirilmiştir (Dağ, 2020).

Daştan (2014), yazılan makalede sağlık turizmi türleri ele alınarak Türkiye ve İzmir'deki sağlık turizmi potansiyelinin incelenmesi amaçlanmıştır. Netice olarak sağlık turizminin hem Türkiye hem de İzmir'e katkıları ve geliştirmek adına yapılacak öneriler ortaya konmuştur (Daştan, 2014).

Soysal (2017), 'Sağlık Turizmi: Tehdit ve Fırsatlar Bağlamında Türkiye Açısından Bir Durum Değerlendirmesi' adlı çalışmada Türkiye'deki sağlık turizmi mevcut durumunun ortaya konması amaçlanmıştır. Çalışmada sağlık turizminin Türkiye'deki durumu olumlu, olumsuz yönler ile tehdit ve fırsatlar yönünden incelenmiş ve Türkiye'nin potansiyeli ve dünya pazarındaki yeri değerlendirilmiştir (Soysal, 2017).

Tontuş, (2018), çalışmada Türkiye'deki sağlık turizmi, hizmet ve pazarlanması konularının değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Çalışmada yapılan reklam ve faaliyet durumları irdelenmiştir (Tontuş, 2017).

Başer ve diğerleri (2021), tarafından yürütülen 'Malatya İlinin Alternatif Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi Üzerine Nitel Bir Çalışma' adlı çalışmada Malatya'nın sağlık turizmi potansiyelinin ortaya konması amaçlanmıştır. İldeki sağlık turizmi avantajları değerlendirilip potansiyeli ve gelişmesi adına yapılacaklar konusunda önerilerde bulunulmuştur (Başer ve diğerleri, 2021).

Eriş (2020), tarafından editörlüğü yapılan sağlık turizmi kitabı 'Sağlık Turizmi Kavramı, Sağlık Turizmi Türleri, Sağlık Turizmi Pazarlaması, Sağlık Turizmi Ekonomisi, Sağlık Turizminde Kalite Ve Akreditasyon, Türkiye'de Sağlık Turizmine Yönelik Teşvik ve Hibe Uygulamaları, Sağlık Turizminde Halkla İlişkiler, Sağlık Turizmi Sunumunda Ana-Aracı Kuruluşlar ve Akreditasyon Standartları, Dünyada Sağlık Turizminin Gelişimi ve Öncü Ülkeler, Sağlık Turizminde İnsan Kaynakları Yönetimi, Sağlık Turizm Hukuku, Sağlık Turizminde Etik, Sağlık Turizminde Dijital Uygulamalar, Sağlık Tesislerinde Sağlık Turisti Tedavi Süreci' başlıklı 18 bölümden oluşmuştur. Kitap hem literatüre hem sağlık turizmi sektörüne katkıda bulunurken araştırmacılar için yol gösterici niteliğinde bir eser olmuştur (Eriş, 2020).

Kunaçaf (2020), 'Health Tourism within the Scope of Service Marketing Approach' başlıklı tezinde sağlık turizmi konusunda genel bilgiler verilmesi amaçlanmıştır. Araştırmada sağlık turizminin tanımı, tarihçesi, önemi, potansiyeli gibi konularda bilgiler verilmiş ve

pazarlanmasında karşılaşılan sorunlar ortaya konulmuş ve öneriler getirilmiştir. Ayrıca çalışmada sağlık turizminin Covid-19 pandemi sonrası durumu ve konu ile ilgili öneriler de sunulmuştur (Kunaçaf, 2020).

Özçelik ve diğerleri (2021), tarafından hazırlanan ‘Turizmi İşleyiş Sürecinin Seyahat Acenteleri Açısından Değerlendirilmesine Yönelik Bir Uygulama, İstanbul Örneği’ başlıklı makalede sağlık turizmi faaliyetlerinin acenteler tarafından değerlendirilmesinin yapılması amaçlanmıştır. Çalışmada İstanbul’da faaliyet gösteren sağlık turizmi acenteleri ile yapılan görüşmeler neticesinde İstanbul’daki sağlık turizminin denetimsiz ve belgesiz acenteler ya da kurumlar tarafından yapılması sonucunda ve bilinçsiz ve eğitimsiz ellerde olması halinde olumsuz anlamda etkilenecek olup var olan sağlık turizmi potansiyeli de yok olacaktır sonucuna ulaşılmıştır (Özçelik ve diğerleri, 2021).

Çetin (2022), Türkiye’nin Sağlık Turizmi Performansının Topsis Yöntemi ile Değerlendirilmesi (2004-2019) başlıklı çalışmada Türkiye’nin sağlık turizmi potansiyelinin TOPSİS yöntemi ile değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Çalışma sonucunda Türkiye’nin sağlık turizmi potansiyelinin en iyi olduğu yıl ile en kötü olduğu yıl tespit edilerek nedenleri konusunda değerlendirmeler yapılmıştır (Çetin, 2022).

Tengilimoğlu (2021), tarafından yürütülen çalışmada sağlık turizmi ve devlet teşvikleri konularında bilgiler verilmiştir (Tengilimoğlu, 2021).

Kaygısız (2021), ‘Sağlık Turizmi Yetki Belgesi Bulunan Seyahat Acentelerinin Web Sitelerinin Değerlendirilmesi’ başlıklı çalışmada sağlık turizmi yetki belgesi bulunan seyahat acentelerinin web sitelerinin incelenmesini amaçlamıştır. Araştırmada web sitelerinin finansal bilgiler bölümlerinin eksiklerinin olduğu tespit edilmiştir (Kaygısız, 2021).

Saatçi ve diğerleri (2022), çalışmalarında sağlık turizmi yetki belgesine sahip aracı kuruluşların faaliyetlerinin web siteleri yoluyla incelenmesi amaçlanmıştır. Çalışma neticesinde incelenen sağlık turizmi acentelerinin sağlık turizmi faaliyet alanları incelenmiş, en çok ağız ve diş tedavilerinde en az ise diyabet tedavisinde hizmet verdikleri tespit edilmiştir (Saatçi ve diğerleri, 2022).

Uyanık Çavuşoğlu (2018), çalışmada sağlık turizmi aracı kuruluşlarının hizmet standartları ile ilgili bilgiler verilip önerilerde bulunulmuştur (Uyanık Çavuşoğlu, 2018).

Dünya’da ülkeler arasında turizm konusunda ciddi bir rekabet olduğunu söylemek mümkündür. Turizm sektörüne bakıldığında Dünya pazarındaki payı oldukça fazladır. Gerek ülke ekonomisine katkı sağlaması gerekse turist memnuniyeti açısından yeri azımsanamaz. Bu açıdan bakıldığında turizm kendi içinde de gelişime ve çeşitliliğe gitme zorunluluğunu pazarda sağlam kalabilmek adına öngörmüş ve alternatif turizm alanlarına yönelmiştir. Ülkeler ise geliştirdikleri yatırım ve teşvikler ile bu alana desteklerini göstermektedirler. Alternatif turizm denilince ilk akla gelen gün geçtikçe önemi ve talebi artmakta olan sağlık turizmidir. Sağlık Turizmi gerek tedavi gerekse terapi amaçlı, turistlerin kendi ülkelerinden başka ülkelere daha uygun fiyatlı ya da daha kaliteli hizmetler alabilmek adına gerçekleştirdikleri seyahatler olarak tanımlanabilmektedir (Sezgin, 2020).

Türkiye’de sağlık turizmi açısından dünya pazarındaki payını her geçen gün üstüne koyarak arttırmakta ve dünya ülkeleri arasında tercih edilen önemli bölgelerden olmayı amaçlamaktadır. Türkiye’de sağlık turizminin artmasının en önemli sebeplerinden biri dünya sıralamasında üst sıralarda olan termal kaynakları, donanımlı sağlık kurum ve kuruluşları gerek doğal gerekse kültürel zenginlikleri ve en önemlisi sağlık turizmi ve alternatif turizm ihtiyacındaki farkındalığının artması olmuştur (Dalan, 2019).

Sağlık Turizmi açısından Kuşadası da önemli potansiyele sahip bir ilçedir. İlçede bulunan termal kaynaklar ile termal turizmine, havaalanlarına yakınlığı ile kurvaziyer turizmine katkı sağlamaktadır. Sağlık turizmine ise gerekli alt yapı ve donanımına sahip olması, güneşli hava ve iklim koşullarının uygunluğu aynı zamanda birçok turistik merkeze yakınlığı (Kuşadası, Efes, Milet, Priene ve Didim antik kentleri, Meryem Ana Evi, Dilek Yarımadası Milli Parkı, Bafa Gölü, Şirince Köyü gibi) açısından önemli katkılar sağlamaktadır (Adıgüzel, 2020).

Dünya’da ülkeler arasında turizm konusunda ciddi bir rekabet olduğunu söylemek mümkündür. Turizm sektörüne bakıldığında Dünya pazarındaki payı oldukça fazladır. Gerek ülke ekonomisine katkı sağlaması gerekse turist memnuniyeti açısından yeri azımsanamaz. Bu açıdan bakıldığında turizm kendi içinde de gelişime ve çeşitliliğe gitme zorunluluğunu pazarda sağlam kalabilmek adına öngörmüş ve alternatif turizm alanlarına yönelmiştir. Ülkeler ise geliştirdikleri yatırım ve teşvikler ile bu alana desteklerini göstermektedirler. Alternatif turizm denilince ilk akla gelen gün geçtikçe önemi ve talebi artmakta olan sağlık turizmidir. Sağlık Turizmi gerek tedavi gerekse terapi amaçlı, turistlerin kendi ülkelerinden

başka ülkelere daha uygun fiyatlı ya da daha kaliteli hizmetler alabilmek adına gerçekleştirdikleri seyahatler olarak tanımlanabilmektedir (Sezgin, 2020).

Türkiye’de sağlık turizmi açısından dünya pazarındaki payını her geçen gün üstüne koyarak arttırmakta ve dünya ülkeleri arasında tercih edilen önemli bölgelerden olmayı amaçlamaktadır. Türkiye’de sağlık turizminin artmasının en önemli sebeplerinden biri dünya sıralamasında üst sıralarda olan termal kaynakları, donanımlı sağlık kurum ve kuruluşları gerek doğal gerekse kültürel zenginlikleri ve en önemlisi sağlık turizmi ve alternatif turizm ihtiyacındaki farkındalığının artması olmuştur (Dalan, 2019).

Sağlık Turizmi açısından Kuşadası da önemli potansiyele sahip bir ilçedir. İlçede bulunan termal kaynaklar ile termal turizmine, havaalanlarına yakınlığı ile kurvaziyer turizmine katkı sağlamaktadır. Sağlık turizmine ise gerekli alt yapı ve donanımına sahip olması, güneşli hava ve iklim koşullarının uygunluğu aynı zamanda birçok turistik merkeze yakınlığı (Kuşadası, Efes, Milet, Priene ve Didim antik kentleri, Meryem Ana Evi, Dilek Yarımadası Milli Parkı, Bafa Gölü, Şirince Köyü gibi) açısından önemli katkılar sağlamaktadır (Adıgüzel, 2020).

Bu araştırmanın amacı Kuşadası’nda faaliyet gösteren otel işletmeleri ve seyahat acentelerinin sağlık turizmi alanında farkındalıklarını ortaya çıkarmak, sağlık turizmi farkındalığını yaratmak ve var olan eksikleri bulmak ve bu alana yönelik önerilerde bulunmaktır. Bu çalışma özellikle, geleceği olan ve sürekli gelişen Sağlık Turizmi açısından Kuşadası’ndaki otel işletmeleri ve seyahat acentelerine ışık tutacağı gibi onlara bu alanı ilçede nasıl geliştirebilecekleri, kendi bünyelerinde ne gibi yenilik ve düzenlemeler getirmeleri gerektiği hususunda da yardımcı olacaktır. Aynı zamanda bölgede sağlanacak olan farkındalık ile gelişmesi beklenen alternatif turizm çeşitliliğinden sağlık turizmi potansiyeli ile hem ilçe hem de ülke ekonomisine katkı sağlanmış olacaktır.

Daha önceki çalışmalara bakıldığında Kuşadası’nda sağlık turizmine rastlanılsa da bölgedeki turizm kurum ve kuruluşlarının farkındalığı konusunun araştırılmamış olması literatüre ve daha sonra yapılacak olan araştırmalara da ışık tutacağı ve destek sağlayacağı öngörülmektedir.

2. GENEL BİLGİLER

Çalışmanın bu bölümünde Sağlık Turizminin tanımı ve önemi, tarihsel gelişimi, Sağlık turizmi çeşitleri, Sağlık Turizminin avantaj ve dezavantajları, sağlık Turizminde rol alan paydaşlar ve Sağlık Turizminde hizmet kalitesini etkileyen tamamlayıcı faktörler, Dünya’da ve Türkiye’de sağlık Turizmi detaylarıyla açıklanmıştır.

2.1. Sağlık Turizminin Tanımı ve Önemi

Eskiden bu yana insanların zinde sağlıklı bir yaşam sürme istekleri vardır ve bu istekle yaşadıkları yerlerden başka yerlere sağlık amaçlı seyahat etmektedirler. Eskilerde bu seyahatler sadece tedavi amaçlı olmaktadır bugün talepler doğrultusunda seçenekler gün geçtikçe çeşitlenmektedir. Bu durum hem ekonomi hem de turizm faaliyet alanlarını genişletmektedir. Neticede ülkemizde ve dünyada sağlık turizmine ilgi giderek artmaktadır. Ülkelerde artan bu ilgi kendi bünyelerindeki sağlık turizmi teşviklerinde ve yasal düzenlemelerde yaptırımlar yapmak ve gelişmek ihtiyacını da uyandırmıştır ve hem kendi ülkelerinde sağlık turizmini güçlendirmek hem de gelen turisti koruma amaçlı düzenlemeler yapmaktadırlar. Bu durum artan rekabet ortamında büyük önem taşımaktadır (Yılmaz ve diğerleri, 2022).

Genel bir tanım yapmak gerekirse sağlık turizmi için insanların sadece tedavi amaçlı değil aynı zamanda tatil amacıyla da kendilerini beden ve zihnen rahatlatmak amacıyla gerçekleştirdikleri seyahatler olarak tanımlayabiliriz. Araştırma yaptığımızda sağlık turizmi ile ilgili kaynaklarda çok farklı tanımlara rastlamak mümkündür. Bunun da nedeni araştırmacıların sağlık turizmine olan yaklaşımlarının, düşüncelerinin ve yorumlarının farklı olmasıdır (Dalan, 2019).

Örneğin, Dünya Turizm Örgütünün 2018 kayıtlarına göre, sağlık turizmini hem tedavi hem de zinde kalma amaçlı hem zihin hem de beden sağlığı maksadıyla yapılan turizm faaliyeti olarak tanımlamıştır. IUOTO ‘ya (1972) göre insanların hem tedavi hem sağlıklı

yaşam maksadıyla bulundukları yerden başka bir yere turistik amaçlı gidip orada bir süre kalıp, oradaki yiyecek – içecek, eğlence ve doğal kaynaklardan yararlanarak gösterdiği turizm faaliyetleridir. T.C Sağlık Bakanlığı 2017 kayıtlarına göre sağlık turizmi insanları hem bedenlen hem zihnen tedavi olmak, sağlıklarını korumak amaçlı bulundukları yerlerden başka yerlere seyahat ederek satın aldıkları turizm faaliyetidir. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı 2014 kayıtlarına göre ise sağlık turizmi insanların tedavi olma amacıyla gerek doğal kaynakların olduğu yerlere gerekse tedavi merkezlerine hem fiziksel durumlarını dış ya da estetik operasyonlar vb. şekilde iyileştirmek hem de tıbbi olarak organ nakli, fizik tedavi gibi ihtiyaçlarını karşılamak maksadıyla hasta haklarını kullanarak yaptıkları ve bu potansiyelde gittikleri yerdeki tedavi merkezlerine de katkı sağladıkları bir seyahat ve turizm şeklidir. 2009 Türkiye Turizm Rehberine göre ise sağlık turizmi insanların sağlık ihtiyaçlarını karşıladıkları seyahat türüdür. Hem zihnen hem de bedenlen ihtiyaç duydukları tedaviyi almak amacıyla yaptıkları seyahatler ile sağlık merkezlerinin gelişmesine de olanak sağlayan bir turizm çeşididir (Dalan, 2019).

Başka bir açıklama ise şöyledir; insanların tedavi maksadıyla bulundukları yerden başka yerlere para vererek yaptıkları seyahat faaliyetleridir ve bu hizmet sadece seyahat aktivitesini değil aynı zamanda tedavi sonrası hizmetleri de içermektedir (Wong ve Musa, 2012).

Araştırmalarda farklı yorumlara rastlansa da ortak olan sağlık turizminin sadece tedavi değil artık hastaların konforunun, rahatlığının da ön planda olduğu bir hizmet olmasıdır. Hasta memnuniyetinin ön planda olduğu ve hastanın tedavi olarak faydalanmasının yanı sıra seyahat edilen yerin de ekonomik ve turizm yönünden faydalanmasıdır. Özellikle son zamanlarda popüler olan ve hızla gelişen sağlık turizmi ülkeler arası da rekabete sebep olmuştur. Bu hususta ülkeler de kendi içinde güçlü yönlerini ön plana çıkararak veya gerek teşviklerle gerekse yapılanmalarla daha da güçlenerek rekabetteki yerini sağlamlaştırıp dünya pazarındaki yerlerini almaya çalışmaktadırlar (Dalan ve Arıkan Saltık, 2021).

2.2. Sağlık Turizminin Tarihsel Gelişimi

İnsanların başka ülkelere giderek sağlık hizmeti satın almaları ve gösterdikleri çaba turizm ve sağlık kavramlarını bir bütün haline getirmiştir. İnsanların yaşları ilerledikçe daha

konforlu yaş alma gereksinimleri sağlık turizminin doğmasına neden olmuştur. Sağlık turizminin gelişimini etkileyen en önemli sebeplerden bir tanesi de insanların teknolojinin de ilerlemesiyle daha uzun bir hayata sahip olma istekleri olmuştur. İnsanoğlu eski dönemlerden bu yana daha uzun ve sağlıklı yaşamak adına kendilerine alternatifler aramaktadırlar. Sadece tedavi amaçlı değil aynı zamanda ruhsal olarak da rahatlama ihtiyacı içinde olup bu konuda da arayış içerisine girmişlerdir. Bu nedenlerden dolayı sağlık turizmi günümüze kadar hızla gelişerek en popüler hizmet sektörlerinden biri olmuştur. Sağlık turizmi Eski Yunan döneminden bu yana var olan bir hizmet sektörüdür. İnsanlar, eski dönemlerde bile suyun tedavi edici yönünden gerek hamamlar gerekse kaplıca ve özel banyolar yaparak faydalanmışlardır. Bu şifalı suların bulunduğu merkezler aynı zamanda medikal turizmin de doğduğu yerleşim yerleri haline gelmiştir. İnsanlar eskiden alternatif tedavi şeklini tercih ediyor ve bu arayışta seyahatlerini gerçekleştiriyorlardı. Şifalı sulardan faydalanmanın ilk şekli kaplıcalar ile olmuştur ve kaplıca turizmi oluşmuştur. Kaplıca turizmi ilk Akdeniz’de başlamıştır daha sonra ise (18.yy) insanlar Nil Nehri’nde şifa bulmayı seçmişlerdir. (Çiçek ve Ayderen, 2013).

Tarih boyunca Avrupa’da insanlar seyahat etmek için güney ve doğu ülkelerini tercih etmişlerdir. Hindistan, Tayland ve Malezya, doğuda, sağlık turizmi açısından en çok tercih edilen ve bu yönde gelişen ülkelerdir. Arap yarımadası ise tıbbi yönden antik çağdan sonra sağlık turizminde popüler olmuştur ve sonrasında turistler sağlık turizmi amaçlı Anadolu ve Mısır’a akın etmişlerdir (Sügür, 2016). Aynı zamanda bu dönemlerde Japon kaplıcaları Uzakdoğu’da popüler hale gelmiştir. Rönesans döneminde ise Avrupa’daki ve Osmanlı’daki kaplıcalar şifa bulmak adına öne çıkmışlardır. Günümüzde de Osmanlılardan kalma kaplıcalar hala şifa amaçlı kullanılmaktadır. İnsanların şifa bulma adına bulundukları yerlerden başka yerlere seyahat etme durumları binlerce yıldır devam etmektedir (Cannon Hunter, 2007; Lunt, ve diğerleri, 2011).

2000 yıl öncesinde Roma İmparatorluğu ile başlayan ve hala ibadet olarak (kutsal hac) İngiltere’de bulunan tapınaklara yapılan seyahatler bulunmaktadır. Hatta şifalı yerleri anlatan Hipokrat’tan (M.Ö.460-370) önce Hindistan, Yunanistan ve İran’da kutsal bilinen yerler bulunmaktaydı (Cannon Hunter, 2007). Asya kıtasına yapılan seyahatlerin artması ise Roma medeniyetinin Orta çağ döneminde yıkılması sonrasında olmuştur. Sağlık amaçlı yapılan bu seyahatler en çok Japonya’daki ‘onsen’ yani termal su kaynakları, Bağdat’ta tam teşkilatlı İslam medeniyetinin kurduğu ilk hastane, Kahire’deki çeşitli sağlık bölümleri olan Mansuri

Hastanesi gibi önemli yerlere olmuştur (Kanıgür, 2021).

Fransız ihtilali ve sanayi devrimi gibi önemli gelişmeler sonrasında sağlık turizmi hareketlenmiştir. Avrupa, Anadolu ve Uzakdoğu'ya yapılan sağlık seyahatleri 18. yy'de popüler iken 20. yüzyılda teknolojinin de gelişmesiyle özellikle medikal anlamda Amerika ve Avrupa'ya seyahatler artmıştır. Sağlıkta bazı normlar belirlenerek teşkilatlanma başlamıştır (Sügür, 2016). 21. yy'e gelindiğinde ise insanların daha az bekleme ve daha ekonomik yerler araması Singapur, Tayland, Hindistan ve Filipinler gibi ülkelere sağlık seyahatlerini artmasına sebep olmuştur. 20 yüzyıldan önce, ekonomik anlamda üstün olan insanların, gelişmiş ülkelere giderek sağlık hizmeti almaları yaygındı ve bu durum 20. yüzyılda da devam etmiştir fakat 21. yüzyıla gelindiğinde insanlar gelişmiş ülkelere ziyade daha az gelişmiş ülkelere sağlık seyahati gerçekleştirmeye başlamıştır (Kanıgür, 2021). Bunun nedenleri arasında sağlık sigortalarından devlet desteğinin birçok tedavide çıkarılması, tıbbi tedaviye ihtiyaç duyan yaşlı nüfusun artması, insanların daha ekonomik ve aynı zamanda kaliteli hizmet almak istemeleri gibi sebepler gösterilmektedir (Sügür, 2016).

2.3. Sağlık Turizmi Çeşitleri

Sağlık Turizmi birçok yerde farklı şekilde kategorize edilmiştir. SATÜRK'e (Türkiye Sağlık Turizmi Kurulu) göre; Spa ve Wellness olarak bilinen termal turizm, medikal turizm, engelli turizmi ve ileri yaş turizmi olarak 4 gruba, Sağlık bakanlığı ise sadece sağlık hizmeti almak için gelenler ve seyahat amaçlı geldiklerinde sağlık hizmeti almak zorunda olanlar olarak iki gruba ayırmıştır fakat Sağlık Bakanlığının yaptığı bu gruplandırma sadece medikal turizmi kapsadığı için SATÜRK gruplandırılması daha yaygın kullanılmaktadır. Bu çalışmada da termal, medikal, engelli ve ileri yaş turizmi ele alınmıştır (BAKA, 2013).

2.3.1. Termal, Spa ve Wellness Turizmi

Eskiden günümüze sıcak suyun şifası birçok tedavide bulunduğu bölgeye gelen turistlere gerek kaplıca gerekse hamam vb. yollarla kullanılmıştır. Termal turizm olarak bilinen bu turizm faaliyetine bugün spa ve wellness turizmi de denmektedir. Spa ve wellness termalin yanı sıra bir hayat felsefesi olup insanların fiziksel tedavilerinin yanında bir de

zihinsel ve ruhsal tedavilerini de içermektedir. Dünyada da termal turizm spa ve wellness turizmini kapsar. Çünkü tedavi amaçlı gelen turistler rahatlarırken aynı zamanda da enerji toplarlar (Edinsel ve Adıgüzel, 2014).

Wellness kavramı iyilik, sağlık anlamındaki ‘wellness’ ve formda olma anlamındaki ‘fitness’ sözcüklerinden oluşmuştur (Rančić ve diğerleri, 2013). Wellness insanların gerek fiziksel anlamda; cilt bakımı, masaj, çamur ve yosun bakımları, doğal ürünlerle tedavi gibi yöntemlerle gerekse zihinsel ve ruhsal anlamda kendini iyi hissetmesi anlamına gelmektedir (Özsarı ve Karatana, 2013).

Termal kavramı ise Latince ‘term’ yani ‘thermos’ sıcak su sözcüğünden doğmuştur. Özellikle Romalıların kullandığı ‘term’, sonraları suyun geldiği kaynak anlamında kullanılmıştır. Bugün ise katkısız sıcak su ‘termal’ olarak kullanılırken suyun sıcaklık farklılıklarına ‘termik’ bu doğal suların tedavi edici yönlerinin araştırılması ise ‘termalizm’ olarak kullanılmaktadır. Bu sözcük bizim dilimizde ise ılıca veya kaplıca olarak kullanılmaktadır (Şapçılar ve İlyasov, 2021).

Turizm faaliyetlerinin çoğunda sezon ile sınırlandırma durumu varken termal turizm sezon ve sezon dışı tüm yıla yayılabilen ve turizm için bu anlamda büyük bir öneme sahip bir turizm çeşididir. Termal turizm hekimler nezaretinde fiziksel tedavileri kapsarken aynı zamanda zihinsel ve ruhsal tedavileri (psikoterapi, rehabilitasyon, vb.) de kapsamaktadır. Termal turizmde işletmelerin akredite ve dünya standardına uygunluğu, temizliği, ulaşılabilir olması, profesyonel hekimleri, uzman tetkikleri, sigorta olarak uygunluğu, termal suların düzenli kontrollerinin yapılması ve diğer faaliyetlerinin uygunluğu ve etkinliği gibi özellikler de çok önemli faktörlerdendir (Dalkıran, 2017).

Tedavi edici sular ile yapılan Spa turizmi çeşitli tekniklerle yapılan uygulamaları içermektedir (püskürtme, duşlama, damlama, akıtma gibi). Spa günümüzde sadece su tedavileri değil aynı zamanda bakım, güzellik, masaj gibi hizmetleri de içermektedir (Özsarı ve Karatana, 2013). Spa merkezlerinin tasarımları, rahatlatıcı müzikleri, ortamın mumlardan kaynaklı kokusu ve yine mumlardaki hafif ışık ortama mistik bir hava katarken spa için gelen insanlara da hem fiziksel hem de zihinsel bir rahatlık sağlayacaktır (Çiçek ve Ayderen, 2013).

ISPA (Uluslararası SPA Birliği) Spa’yı 7 gruba ayırmıştır;

- Günlük Spa: eskiden günümüze en çok tercih edilen hizmetlerdendir. Bu hizmet

kişilere günlük sunulmaktadır.

- Kurvaziye Spa: Yapılan hizmetin kurvaziyerde sağlandığı sağlık hizmetleridir.
- Kulüp Spa: Kulüplerde uygulanan spa hizmetleridir.
- Medikal Spa: Spa hizmetlerinin yanı sıra tıbbi sağlık hizmetlerinin de sunulduğu işletmelerdir.
- Seyahat / Destinasyon Spa: İnsanların seyahat ettikleri yerlerin konaklama işletmelerinde onlara sunulan spa hizmetleridir.
- Resort Spa: Otel veya konaklama işletmelerinde bulunan uzman personeller tarafından uygulanan spa hizmetidir (Tütüncü ve Ergüven, 2013).

2.3.2. Medikal Turizm

Medikal Turizm, sağlık amacı ile gelen veya geldiklerinde tedaviye ihtiyaç duyan turistlere uzman hekimler tarafından uygulanan sağlık hizmetleridir. Kendi ülkelerinden başka ülkelere seyahat eden bu turistler iki gruba ayrılmaktadır. İlki literatürde turist sağlığı olarak kullanılan ülkelere seyahat amaçlı gelen turistlerin bulundukları bölgede acil ihtiyaç duydukları ve hastanelerde uygulanan tedavilerdir. İkincisi ise sağlık hizmeti almak için bir ülkeden başka bir ülkeye seyahat eden turistlerdir ki literatürde uluslararası hasta olarak da kullanılmaktadır (Gemalmaz ve Ertan, 2015).

Uluslararası hastalar medikal turizm vasıtası ile sağlık tedavilerini kısa sürede gerçekleştirebilmektedirler. Medikal turizm ile gelen hastaların hem ırk hem ekonomik hem de sosyal farklılıkları geldikleri ülkeler için de bilgi edinimi açısından katkı sağladığı gibi ülkelerin kaynaşmasına da yardımcı olmuştur (Kiremit, 2008).

Sağlık Turizm çeşitleri arasında hastaların hekim, uzman veya sağlık kuruluşlarına güveninin en çok arandığı medikal turizmdir (Han ve Hyun, 2015). Bu nedenle sağlık kuruluşları ve özel işletmeler güven duygusunu oluşturabilmek adına kendilerini sürekli yenilemeli ve akredite olmak için düzenlemeler getirmeleri gerekmektedir. Sağlık işletmelerinin akreditasyon işlemlerini yapan en büyük ve önemli kuruluş JCI'dir (Joint International Commission, US) (York, 2008). Medikal turizm için işletmelerin akredite

olması yani bu anlamda belgelerinin olması hem bulunduğu ülke hem de kendileri için müşteri güveni açısından çok önemlidir. Alınan sertifika ve belgeler ile uluslararası çalışma kolaylaştığı gibi kalite ve güvenin sağlanması mümkün hale gelmektedir ve rekabet ortamında dünya pazarında ön sıralara geçmeleri sağlanmış olmaktadır (Tütüncü ve diğerleri, 2011).

Medikal Turizme bazı kaynaklarda tıp turizmi de denmektedir ve aslında eski dönemlerde de çok yaygın bir turizm çeşididir. Eskiden az gelişmiş ülkelere teknolojik anlamda çok gelişmiş Avrupa ülkelerine medikal için seyahatler gerçekleştirilirken günümüzde bu tam tersine dönmüştür. Çünkü günümüzde artık insanlar daha ekonomik ve hızlı tedaviyi tercih etmektedir. Artık seyahatçilerin tercihleri ve profili değişmiştir. Medikal turizm diğer turizm çeşitlerine göre ülkeye geliri ve katkısı daha büyüktür. Her geçen yıl %20 gibi bir oranla artış gösterirken bu oran gün geçtikçe daha da artmaktadır. Medikal turizmin en çok geliştiği ve uygulama oranının yüksek olduğu ülkeler arasında Türkiye, Polonya, Brezilya, Arap Emirlikleri, Malezya, Küba, Hindistan, Güney Afrika, Singapur gösterilmektedir (Dağlı, 2021).

Türkiye'yi medikal turizm için ziyaret eden turistler genelde; estetik, kanser, obezite, tüp bebek, diş tedavileri, ortopedik ve kalp ameliyatları, organ ve kök hücre nakli gibi tıbbi işlemler yaptırmaktadırlar. Aynı zamanda gelen turistlerin Türkiye'yi ziyaret etme amaçlarının arasında ekonomik anlamda Avrupa ülkelerine kıyasla daha uygun olması, tedavinin kısa sürmesi ve hastaların bekleme sürelerinin az olması, tedavi sonrası hizmetin tatmin edici olması, uzman hekimlerin olması ve kaliteli malzeme kullanılması, yabancı dil bilen personelin bulunması gibi sebepleri sıralamak mümkündür (Zararsız, 2022).

2.3.3. İleri Yaş Turizmi

İleri yaş turizmi literatürde; geriatri ve üçüncü yaş turizmi olarak da geçmektedir. İleri yaş turizmi 3. Yaş dediğimiz turist kitlesinin başka ülkelere sağlık hizmeti almak için yaptığı seyahatlerdir (Yıldırım, 1997).

Dünya'da ortalama 600 milyon ileri yaş (65 yaş ve üstü) bulunduğu ve 2050 yılında bunun yaklaşık 2 milyar nüfusa ulaşacağı araştırmalar tarafından gösterilmektedir (Dünya Yaşlanma Örgütü ve Birleşmiş Milletler). Bunun nedenleri arasında ise teknolojinin

gelişmesiyle birlikte ileri yaşın hasta olma oranlarının düşmesi, sağlık açısından şartların günden güne gelişmesi, insanların ömrünün buna bağlı olarak uzaması ve toplum olarak daha enerjik ve daha sağlıklı bir ileri yaşa sahip olunması gösterilmektedir. Toplumda 65 yaş ve üzeri nüfusun artması ile birlikte ileri yaş turizmi de buna bağlı oluşmuştur. Çünkü ileri yaş nüfusun vaktinin bol olması ve daha sağlıklı ve refah bir yaşam sürme istekleri bu turizm çeşidinin gelişmesine neden olmuştur (Akdaş, 2020).

Her ülkenin yaşlı algısı farklıdır. Ülkenin sahip olduğu tarih, yaşanmışlıkları, öğretileri bu algıya şekil vermektedir. Bu nedenle yaşlı nüfusu potansiyelleri ülkelere göre değerlendirilerek belirlenmektedir. Teknolojinin de etkisiyle yaşlı nüfus gelişmiş ülkelerde (Amerika, Avrupa kıtası gibi) gelişmemiş ülkelere göre daha fazladır. Bunun sebebi ise gelişmiş ülkelerdeki sağlık koşullarının, bakım ve barınma koşullarının çok daha iyi olmasıdır (Öztürk, 2011).

Birleşmiş Milletler tahmin raporu, yaşlı nüfusunun 2050’de iki milyara ulaşacağını bildirir. Bu da şu anlama gelmektedir ki yaşlı nüfusu tarihte ilk kez 0-14 dediğimiz çocuk nüfusunu geçmiş olacaktır. Bu durumun birçok sebebi vardır. Bunlar arasında yeni neslin eskiye göre daha az çocuk sahibi olma isteği, teknoloji ile birlikte artık eskiye göre yaşlı nüfusa daha iyi bakılması ve yaşam sürelerinin uzaması gibi sebepler gösterilebilmektedir (Guluzada, 2021).

Türkiye’nin İklim koşullarının uygunluğu, verilen hizmetin kalitesi, ekonomik olması gibi nedenler turistlerin ülkemize gelmesinin sebepleri arasındadır. Ekonomik olanakları yüksek Avrupalı ileri yaş grubunun ülkelere gidip hizmet alması o ülkeyi ekonomik olarak da oldukça desteklemektedir ve bu turizm kolunun desteklenmesi gerektiğinin de en büyük kanıtıdır (Zararsız, 2022).

2.3.4. Engelli Turizmi

Dünyanın yaklaşık %15’i engelli nüfusunu oluşturmaktadır (Dünya Sağlık Örgütü - Engelli Raporuna göre). DSÖ’ye göre her insanın tatil yapmak hakkıdır fakat engelli bireyler bu haklarında bazı sorunlar yaşamaktadırlar (seyahat, konaklama, rezervasyon gibi). Engelli bireylerin yaşadıkları bu sorunların çözümlediği turizm çeşidine ‘engelli turizmi’ ya da

‘engelsiz turizm’ denilmektedir (Zararsız, 2022).

Dünyada gün geçtikçe önemli bir turizm çeşidi haline gelen engelli turizmi, nüfus yoğunluğu bakımından da artmaktadır. Engelli bireyler için yapacakları tatil hakkında önceden bilgi sahibi olmak çok önemlidir. Engelsiz turizm, engelli bireyler için tatili daha erişilebilir ve kolay hale getirmeyi amaçlar. Bunun için de kaldıkları otelin fiziki şartları (asansör, yatak, otel içi ve dışı ulaşım gibi) engelli bireyler için uygun olmalıdır (Akıncı ve Sönmez, 2015). Engelli turizmde müşteri memnuniyetini sağlamak için ilk önce konaklama tesislerindeki bu fiziki şartların sağlanması gerekmektedir. Müşterilerin ihtiyaçları karşılandıkça ancak o zaman engelli turizmde başarıya ulaşılabilecektir (Cengiz ve Aksöz, 2018).

Engelli bireylerin sosyalleşebilmeleri için turizm faaliyetleri çok önemlidir ve bu onlara hem fiziki hem de zihinsel rahatlatma imkânı sağlayacaktır (Olçay ve diğerleri, 2014). Engelli bireyler için uygun şartları sağlayabilen ülkelere daha çok seyahat olmaktadır. Bu nedenle artık ülkeler erişilebilirlik ve engelsiz turizm için çalışmalar geliştirmektedirler. Hem kendi ülkelerine ekonomik katkı sağlamak hem de engelli bireylere ihtiyaçlarına kolayca ulaşabilecekleri ve rahatlayabilecekleri tatilleri sağlayabilmek için her geçen gün bu çalışmalar artmaktadır (Tellioglu ve Tekin, 2021).

2.4. Sağlık Turizminin Avantaj ve Dezavantajları

İnsanların kendilerini iyileştirmek için bulundukları yerlerden seyahat ederek diğer ülkelere ya da bölgelere gitme durumlarına sağlık turizmi denilmektedir. Sağlık turizmi son zamanlarda çok talep görmesi ve hareketli bir turizm çeşidi olmasından dolayı turizmi de hem ekonomik hem de çeşit olarak canlandırmaktadır. Bu nedenle turizm tesisleri pazardan fazla pay almak adına turlarına sağlık turizmini de eklemeye ve farkındalığı arttırmaya başlamışlardır. Sağlık turizmi hem turizme hem de turizm işletmelerine özellikle son zamanlarda büyük katkılar sağlamıştır. Ancak her sektörde ve her dalda avantajlı yönlerinin yanı sıra dezavantajlarda olmaktadır (Dalan, 2019).

2.4.1. Sağlık Turizminin Avantajları

Sağlık turizmi, sağlık kuruluşları, turizm işletmeleri vb. birçok kuruluşa katkı sağlamaktadır. Bu temel faydaları incelediğimizde şu şekilde sıralayabiliriz (Erdoğan, 2018);

- Maliyet açısından hasta bireyler için sağlık turizmini cazip hale getirmektedir. Yani gelişmiş ülkelerde karmaşık bazı ameliyatların maliyetleri çok yüksektir. Ancak gelişmekte olan ülkelerde bu maliyet oranı azalmaktadır ve bu nedenle de hastalar sağlık turizmine eğilimlidir.

- Sağlık turizmi hastaların bekleme sürelerini kısaltmaktadır. Evlerinde ve sağlık kuruluşlarında tedavi alma sansı az olan hastalara etkili çözümler üreterek hizmet sunmaktadırlar.

- Sağlık turizmini tercih eden hastaların diğer bir nedeni de kendi ülkelerin de yüksek statülü sağlık kuruluşu sahip olmamalarıdır. Bu durum üzerine yapılan araştırmada dünya üzerinde 600'den fazla JCI tarafından akredite edilmiş sağlık kuruluşu bulunmaktadır.

- Sağlık turistleri, sağlık turizm şirketlerine bağlanan sağlık kuruluşlarının sunduğu hizmetlerden dolayı bu turizmine eğilimlidirler. Sağlık kuruluşlarının sundukları hizmetler kaliteyi arttırmakta ve sağlık turistlerini kendilerine çekmektedir.

- Sağlık turistleri tedavileri için gittikleri ülkelerde hem sağlıklarını geri kazanmaktadırlar ve gittikleri ülkelerin kültürlerini, turistik alanlarını görme şansları hastaları sağlık turizmine teşvik etmektedir (Erdoğan, 2018).

Bu çalışma dışında yapılan diğer çalışmalarla sağlık turizminin faydalarını şu şekilde arttırabiliriz (Dalan, 2019).

- Sağlık turizmi yapan hastalar sayesinde ülkeler arasında sosyo-kültürel paylaşımlar artmaktadır. Bu da kültürel çeşitliliğe neden olmaktadır,

- Uluslararası sağlık turizmi yapan hastalar ile ülkelerin ekonomileri büyük ölçüde payını almaktadır. Bu nedenle de sağlık turizmi yapılan ülkelerde toplumun refah düzeyinde önemli değişimler görülmektedir,

- Gelişmiş ülkelerde sağlık turizminin fiyatları oldukça yüksektir. Bu nedenle gelişmekte olan bir ülkeler daha fazla sağlık turisti kazanmak amacıyla maliyetleri düşük tutmaktadır,

- Sektörel etkileşimlerin artması ile bölgesel ve ulusal stratejik etkileşimlerin kurulmasına sebep olmaktadır,
- Sağlık turizmi ve sağlık turistleri, gelişmekte olan, sağlık turizmi hizmeti veren ülkelerin kültürlerinin global anlamda gelişmesine olanak sağlamaktadır,
- Sağlık turizmi yapan ülkelere sarf malzeme ticaretinde bulunan ülkelerin ekonomik alanda gelişmesini sağlamaktadır,
- Sağlık turizmi yapan ülkeler global dünya düzeninde öne çıkması gerekmekte ve bu sayede ülkelere sağlık turistlerini çekebilmelidir. Bunu da kalite, standartlarını iyi düzeyde tutmak ve misafirlerine en iyi şekilde hizmet etmesi şeklinde dünya üzerinde iyi bir sağlık turizmi yapan ülke konumu alabilir,
- Sağlık turizmi ile ülkeler arasında bilgi paylaşımı gerçekleşmektedir,
- Sağlık turizmi yapan kurum ya da kuruluşlar hizmet sürelerini 12 aya kadar uzatmayı planlamaktadırlar ve bu sayede sağlık turizmi sezonluk değil yılın her ayında ülkeye turist gelmesini amaçlamaktadır. Kurum ve kuruluşlarda sağlık turistleri sayesinde yılın her ayında doluluk oranında ya da yakın olmaktadır. Ve bununla birlikte sağlık turizmi yapan kurum ve kuruluşların bulunduğu bölgelerde işsizlik oranında düşme gözlenmektedir,
- Sağlık turizmi turizm işletmelerini olumlu yönde etkilemekte ve turizme karşı olan kişi veya kişilere karşı olumlu bir saygınlık kazanmasına olanak sağlar (Dalan, 2019).

2.4.2. Sağlık Turizminin Dezavantajları

Sağlık turizminin tıpkı diğer turizm çeşitlerinde olduğu gibi yetersiz kaldığı bazı durumlar vardır. Bu alanda sunulan hizmet ya da tedaviler dolayısıyla sağlık turistleri zarar görebilmekte bazı durumlarda ise ölümle sonuçlanabilmektedir. Bunun sonucunda ise turistlerin sağlık turizmine karşı tutumu olumsuz olabilmektedir (Marlowe ve Sullivan, 2007).

Hizmet ya da tedavi amaçlı yaşanan olumsuzluklar ve/veya sorumluluğu alınan hizmet sunumunda bulunmaması yasal bazı sorunların ortaya çıkmasına neden olabilmektedir. Bununla beraber en çokta sigorta şirketlerinin yurtdışında verilen bazı hizmetlerin kapsam dışı olması sağlık için gelen turistlerin ekstra ödeme yapmasını gerektirir (Erdoğan, 2018).

Yurtdışında hizmet veren kurumların hastane gereçleri ve uzman hekim konusunda yeterli olmaması sonucuyla ortaya çıkan problemlerin yasal farklılıklardan dolayı bir sonuca varamaması olumsuz noktalar arasındadır (Dalan, 2019) .

Sağlık turizmi alanında tanıtım ve reklam çalışmalarının az olması nedeniyle uluslararası arenada yeterli tanıtım yapılamaması, bazı ülkelerin Türkiye için negatif tutumunun değişmesinin önüne geçmektedir (BAKA, 2013).

Türkiye’deki sigorta şirketleri ve sağlık kurumları ile yabancı ülkelerdeki kurumlar arasında koordinasyonun zayıf olması dezavantajların başında gelmektedir (Tatar, 2011).

Türkiye’nin sağlık turizmi ile ilgili dezavantajlarını sıralayacak olursak:

- Medikal turizmle ilgili olarak organize olunmaması,
- Alanda yetişmiş kalifiye sağlık personelinin az sayıda olması,
- Seyahat ve tedavi hizmeti veren kuruluşların işlemlerini takip edecek aracı kuruluşların sayısının yetersiz olması
- Sağlık kuruluşlarının web sitelerinin yeterli tanıtım ve bilgilendirmeyi içermemesi,
- Sağlık turizminin klasik turizm bölgelerine entegre edilememesi,
- Mesleki hata ve tedavi ile ilgili yaşanan sorunlarda sağlık turistlerinin kapsamlı bir şekilde hukuki hak arayabileceği bir zemin oluşturulmaması,
- Hastaların ülkelerinde aldıkları sağlık sigortaları ve gidecekleri destinasyondaki kapsamları arasında paralellik olmaması,
- Sağlık turisti tek başına yolculuk yapamayacağı için seyahat giderlerinin artması
- Tedavi sonrası hasta takibi ve rutin kontrollerin lokal bir hizmet olarak zor olmasıdır.
- Devlet tarafından yabancı yatırımcıların ve özel sektörün sağlık turizmine tam anlamıyla teşvik edilmemesi (Çetinkaya, 2010; Kostak, 2007; Kördeve, 2016).

2.5. Sağlık Turizminde Rol Alan Paydaşlar

Hizmet sektörünün bir parçası olan sağlık turizmi Dünya Ticaret Örgütü'nün “uzmanlık gerektiren hizmetler” kategorisinde yer almaktadır. Uzmanlık gerektiren her alanda olduğu gibi sağlık turizminde de çok paydaştan oluşan bir çalışma sistemi bulunmaktadır (Tontuş, 2017). Bu çalışma sisteminde, sağlık turizmine yönelik düzenlemeleri yürüten resmi kurum ve kuruluşlar, sağlık kuruluşları; bu düzenlemeler çerçevesinde çalışmalar yürüten girişimciler, yatırımcılar, konaklama işletmeleri, klinikler ve özel merkezler; tüm bu sunulan hizmetten yararlanacak olan sağlık turisti; son olarak da tüm bu organizasyon kapsamında olan hizmetleri ihtiyaç sahibi daha geniş kitlelere duyurulmasını sağlayan pazarlama ve iletişim uzmanları değerlendirilebilir (Günbey ve diğerleri, 2021).

Türkiye’de sağlık turizminin gelişmesinde rol, görev, yetki ve sorumluluk sahibi olan birçok sağlık turizmi paydaşı bulunmaktadır. Bu paydaşlar, sağlık turizmi sektörünün büyümesine ve gelişmesine katkıda bulunurken aynı zamanda sağlık hizmetlerinin kalitesini ve standartlarını korumak ve iyileştirmek için birlikte çalışırlar. Sağlık Bakanlığı, Ticaret Bakanlığı, Kültür ve Turizm Bakanlığı gibi resmi yetkileri ve sorumlulukları bulunan kamu kurumları, kamuda ve özel sektörde sağlık hizmetleri sağlayıcısı olan sağlık kuruluşları, turizm hizmetleri sunan konaklama işletmeleri, ulaştırma, iletişim ve bilişim sektörlerinin temsilcileri, sigorta şirketleri ve seyahat acenteleri sağlık turizminde temel paydaşlar olarak yer almaktadırlar (Dalan ve Arıkan Saltık, 2021).

Tablo 1. Sağlık Turizminde Rol Alan Bazı Paydaşlar

Ana Paydaşlar	Stratejik Paydaşlar
• T.C. Sağlık Bakanlığı • T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı • T.C. Ticaret Bakanlığı • Sosyal Güvenlik Kurumu (SGK) • Valilikler • Büyükşehir Belediyeleri • Yükseköğretim Kurulu (YÖK)	• Seyahat Acenteleri • Özel, Kamu ve Üniversite Hastaneleri • Otel İşletmeleri • Aracı Kuruluşlar • Sigorta Şirketleri • Ulaşım Firmaları

Bu çalışmada sağlık turizminde yer alan paydaşlar ‘Ana Paydaşlar ve Stratejik Paydaşlar’ olarak ikiye ayrılmıştır. Sağlık turizmi işleyişinin sürdürülebilir olmasına ve rekabet avantajı sağlamasına yardımcı olan paydaşlar “Ana Paydaşlar” olarak nitelendirilir. Belirli varlıklarını ve yeteneklerini beraberce kullanarak önem verdikleri belirli amaçları gerçekleştirmek için iş birliği yapan paydaşlar da “Stratejik Paydaşlar” olarak tanımlanmaktadır (Göksel, 2014). Bu tanımlamalara göre sağlık turizmi sektörünün ana paydaşlarının lider paydaşı mevzuat kapsamında T.C. Sağlık Bakanlığı’dır. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı ile T.C. Ticaret Bakanlığı sektörün turizm faaliyetleri, finansal ve ticari ayağını oluşturmaktadır. SGK ise sektörün en temel sigorta paydaşıdır. Valilikler ve Büyükşehir Belediyeleri de sağlık turizmi sektörüne bölgesel katkı sağlayan yerel yönetimlerdir. Kamu hastaneleri, üniversite hastaneleri ve özel hastaneler, otel işletmeleri, aracı kuruluşlar, seyahat acenteleri, sigorta şirketleri ve ulaşım firmaları da bazı stratejik paydaşlar olarak değerlendirilebilir (Uygun, 2018).

2.5.1. Ana Paydaşlar

Türkiye’deki sağlık turizmi sektörünün faaliyetlerini denetleyen, sürdürülebilir olmasına katkı sağlayan, kurum ve kuruluşlar arasındaki koordinasyonu düzenleyen bazı ana paydaşlar şu şekilde sıralanabilir (Uygun, 2018);

- T.C. Sağlık Bakanlığı
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı
- T.C. Ticaret Bakanlığı
- Sosyal Güvenlik Kurumu (SGK)
- Valilikler
- Büyükşehir Belediyeleri
- Yükseköğretim Kurulu (YÖK)

2.5.1.1. T.C. Sağlık Bakanlığı

T.C. Sağlık Bakanlığı, sağlık turizmiyle ilgili resmi yetkilendirme, düzenleme ve denetimlerin yapılmasından sorumlu olan bir kamu kurumudur. Sağlık turizmiyle ilgili politikaları belirler ve sağlık hizmeti kalitesini ve standartlarını kontrol eder. T.C. Sağlık Bakanlığı sağlık turizmi faaliyetlerini bir çatı altında toplayarak koordinasyonu sağlayacak bir kurulun yapılması için birtakım çalışmalar yürütmüştür. Bu çalışmalar kapsamında 2011 yılında bakanlığın Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü bünyesinde Sağlık Turizmi Daire Başkanlığı yapılandırılmıştır. Bu başkanlığın görevleri arasında sağlık turizmi hizmetlerini planlamak ve gerekli izinleri vermek, tedavi için ülkemize gelecek olan hastaların kabul kriterlerini oluşturarak bu hastaların istek ve şikayetlerini incelemek, hastalara danışmanlık hizmetlerini ve yardımlarını sunarak kayıtlarını tutmak ve buna benzer hizmetleri bulunmaktadır (Tontuş, 2017).

2015 yılında Başbakanlık genelgesiyle Sağlık Turizmi Koordinasyon Kurulu (SATURK) oluşturulmuştur. 2015 yılında 29260 sayılı Resmi Gazetede yayınlanan genelgeye göre kurulun görevleri *“ülkemize yurtdışından gelecek hastalar ile ülkemizde konaklayan ve sağlık hizmetine ihtiyaç duyan turistlerin, kamu ve özel sağlık kurum ve kuruluşlarında alacakları sağlık hizmetleri ve güvenli bir şekilde transferlerinin sağlanmasına yönelik tedbirler, sağlık turizmi tanıtım ve stratejisinin geliştirilmesi, hizmet kriterlerinin belirlenmesi, akreditasyonlara veri oluşturacak asgari hizmet sunum standartlarının tespiti, teşviklerin akreditasyon ile ilişkisinin kurulması, yabancı hastalar için uygulanacak fiyat listesinin oluşturulması ve yapılacak denetimlere ilişkin usul ve esasların belirlenmesi konularında önerilerde bulunmak ve bu kapsamdaki iş ve işlemleri koordine etmek”* olarak belirlenmiştir. 2017 yılında ise sekiz adet Sağlık Turizmi Bölge Koordinatörlüğü oluşturulmuştur. Bu koordinatörlükler Yabancı Hasta Takip Sistemine girilen verilerin yönetimini ve koordinasyonunu yapmakla görevlendirilmiştir. Bu sayede sağlık turizmi hizmeti sunan kurumlarla ilgili paydaşların uyumlu çalışması amaçlanmıştır (Uygun, 2018).

2.5.1.2. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Türkiye'nin turizm sektöründen sorumlu kamu kurumudur. Sağlık turizmini desteklemek, tanıtım ve geliştirmek amacıyla çeşitli politika ve programları uygulayabilir. Bakanlık sağlık turizminde termal kaynakların daha etkin ve verimli kullanılmasını hedeflemektedir. Bu doğrultuda, nitelikli termal suların tedavi merkezlerinde kullanılarak çeşitli hastalıkların tedavi edilmesi amaçlanmaktadır. Ayrıca, fizik tedavi ve rehabilitasyon merkezleri gibi sağlık kuruluşları bünyesinde birçok tesis bulunmaktadır. Sağlık turizmi tesislerinin belgelendirilmesi ve niteliklerinin düzenlenmesi için Kültür ve Turizm Bakanlığı mevzuatı gereği "Termal Tesis" ve "Sağlıklı Yaşam Tesisi" gibi turizm belgeleri düzenlenmektedir. Ancak sağlık turizmi tesislerinin Turizm Belgesi alabilmesi için Sağlık Bakanlığı'ndan izin alması gerekmektedir (Uygun, 2018). Ayrıca Sağlık Bakanlığı ile Kültür ve Turizm Bakanlığı arasında imzalanan "Sağlık Turizminin Tanıtımı İş birliği Protokolü" ile Türkiye'nin uluslararası bir sağlık destinasyonuna dönüştürülmesi hedeflenmiştir (Sağlık Bakanlığı, 2017).

Sağlık Bakanlığı, Kültür ve Turizm Bakanlığı ve Ticaret Bakanlığı'nın sponsorluğunda son on yılda uluslararası sağlık turizmi konferansları düzenlenmektedir. Bu sayede ülkemizin sağlık turizmi potansiyeli uluslararası düzeyde tanınır hale gelmekte ve farkındalığı artmaktadır. Bu konferanslar, yurtdışından gelen birçok sağlık uzmanına Türkiye'nin sağlık turizmini tanıtım ve desteklemek amacıyla düzenlenmektedir. Kültür ve Turizm Bakanlığı bu konferanslara hem düzenleyici hem de katılımcı olarak aktif bir şekilde katılarak Türkiye'nin sağlık turizmi sektöründe tanıtım ve pazarlama alanlarında önemli bir paydaş olarak büyük katkı sağlamaktadır (Uygun, 2018).

2.5.1.3. T.C. Ticaret Bakanlığı

T.C. Ticaret Bakanlığı, sağlık turizmi sektörünün ticari yönüyle ilgilenen bir kamu kurumudur. Bu kurum, sağlık turizmi ile ilgili ticari faaliyetleri düzenleyebilir, tanıtım ve pazarlama faaliyetlerine destek sağlamaktadır. Türkiye'de sağlık turizminin üçüncü önemli paydaşı Ticaret Bakanlığı'dır ve temel fonksiyonu sağlık turizmi işletmelerine teşvik

sağlamaktır. Ticaret Bakanlığı, işletmelerin yurtdışında gerçekleştirdiği tanıtım faaliyetlerini, yurtdışında açtıkları birimlerine ilişkin kira giderlerini ve marka tescili giderlerini desteklemektedir. Ayrıca, Türkiye Ticaret Merkezlerinin (TTM) kurulması için gerekli yasal altyapı oluşturulmuştur. Bu sayede, firmaların yurtdışı pazarlara girişlerinde faydalanabilecekleri dağıtım kanallarıyla sağlık turizm ağının güçlendirilmesi için çok yönlü bir destek mekanizması oluşturulmuştur (Uygun, 2018).

2.5.1.4. Sosyal Güvenlik Kurumu (SGK)

Sosyal Güvenlik Kurumu (SGK), sağlık turizmi alanında sağlık hizmetlerinin fiyat düzenlemeleri, yabancı hastaların tedavi süreçlerinin desteklenmesi ve kaliteli sağlık hizmeti sunulmasının sağlanması gibi konularda aktif bir rol oynamaktadır. SGK'nın görev ve sorumlulukları “5510 sayılı Sosyal Güvenlik Kurumu Kanunu” ile belirlenmektedir. Kanunun sağlık turizmiyle ilgili hükümleri, SGK'nın yurt dışından gelen hastaların tedavi masraflarının ödenmesi ve diğer sağlık hizmetlerinin düzenlenmesi konusundaki yetkilerini içermektedir. T.C. Sağlık Bakanlığı tarafından hazırlanan “Sağlık Turizmi ve Turist Sağlığı Kapsamında Sunulacak Sağlık Hizmetleri Hakkında Yönerge” nin sağlık hizmetlerinin ücretlendirilmesi ile ilgili olan 12. maddesi, Türkiye'nin imzaladığı Sosyal Güvenlik Sözleşmeleri çerçevesinde sağlık yardımı alma hakkına sahip olan yabancı ülke vatandaşları ve Türkiye Cumhuriyeti vatandaşlarının, Türkiye'de geçici olarak bulundukları süre içinde acil ve ani sağlık sorunlarının tedavisi için SGK ile anlaşmalı olan özel ve kamu sağlık kuruluşlarına başvurdıklarında, hizmet bedelinin Sağlık Uygulama Tebliği'ne göre ücretlendirildiğini belirtmektedir. Bu maddeye göre SGK'nın bir diğer görevi de imzalamış olduğu Milletlerarası Sosyal Güvenlik Sözleşmesi ile hizmet ücretlendirilmelerinin düzenlenmesi ve takibidir. Sağlık turizminin ülkeler arasındaki koordinasyonunu düzenlemede önemli rol oynayan SGK, sektörün sigorta ayağını oluşturan en önemli paydaşlardan biridir (Sağlık Bakanlığı, 2016).

2.5.1.5. Valilikler

Türkiye'deki sağlık turizminin geliştirilmesinde Valiliklerin de önemli bir payı vardır. Valilikler, bulundukları illerin kültür ve turizm değerlerini öne çıkarmakla sorumludur. Ayrıca, sağlık turizmini geliştirmek amacıyla sağlık turizmi yatırım projeleri konusunda diğer sektör paydaşlarıyla iletişim ve iş birliği içinde olmaları da olumlu bir katkı sağlamaktadır (Uygun, 2018).

Valilikler, sağlık turizminin gelişmesi için yerel düzeyde önemli bir aktör olarak görev yapmaktadır. Yerel yönetimlerin sağlık turizmi alanındaki destekleri, sağlık turizmi potansiyeli olan bölgelerin rekabet gücünün artmasına ve Türkiye'nin sağlık turizmi destinasyonu olarak daha çekici hale gelmesine katkı sağlamaktadır (Uygun, 2018).

2.5.1.6. Büyükşehir Belediyeleri

Büyükşehir belediyeleri yerel kalkınmanın sağlanmasında önemli bir rol oynamaktadır. Yerel kaynakların kullanımında ve bunların faaliyet alanlarında yetkilidirler. Yerel halka ve turistlere hizmet veren işletmeler, sağlıklı ve nitelikli bir yaşam için belirli standartları karşılamalıdır ve bu standartlar yasalarla belirlenmiştir. Örneğin, bakanlık veya belediyeler tarafından belgelendirilmiş kaplıca tesislerinin düzenli aralıklarla denetlenmesi, yerli ve yabancı ziyaretçilerin sağlığı açısından önemli bir konudur. Ayrıca belediyeler, sağlık turizmi sektörünün büyümesini teşvik etmek, kaliteli sağlık hizmetleri sunmak, yerel ekonomiyi desteklemek ve bölgelerini sağlık turizmi destinasyonu olarak tanıtmak amacıyla önemli bir role sahiptirler (Uygun, 2018).

2.5.1.7. Yükseköğretim Kurulu (YÖK)

YÖK, sağlık turizmi sektöründe üniversiteler aracılığıyla ülkemizdeki medikal gelişmelerin yurtdışında tanıtımını sağlar. Ayrıca tıbbi tedavi ve rehabilitasyon hizmetlerinde elde edilen başarıları uluslararası etkinliklerde tanıtır. YÖK, bilgi ve iletişim teknolojilerinin

kullanımını artırarak sağlık turizminin tanıtımına destek olur. Mobil uygulamalarla yabancı turistlerin kendi dillerini konuşan sağlık hizmeti sunucularına ulaşması kolaylaştırılır. YÖK, sertifika programları, yabancı öğrenci kontenjanı artışı ve tıp alanındaki gelişmelerin tanıtımı gibi konularda da çalışmalar yapar. Tüm bu görevlerle YÖK, sağlık turizmi sektörünün eğitim ayağının ana koordinatörü ve denetleyici gücüdür (Uygun, 2018).

2.5.2. Stratejik Paydaşlar

Sağlık turizmi kapsamında verilen hizmetlerin kalitesinin ve sürdürülebilirliğinin belirlenmesinde katkısı olan bazı stratejik paydaşlar ise şu şekildedir:

- Seyahat Acenteleri
- Otel İşletmeleri
- Özel, Kamu ve Üniversite Hastaneleri
- Aracı Kuruluşlar
- Sigorta Şirketleri
- Ulaşım Firmaları

2.5.2.1. Seyahat Acenteleri

“On Birinci Kalkınma Planı (2019-2023) Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporu’nda da yer alan sağlık turizmi alanında geçerli olan aracı kuruluş kavramı; “...uluslararası sağlık turisti ile beraberindeki refakatçi ve diğer yakınlarına konaklama, ulaşım ve transfer hizmetlerinin sağlanması faaliyetlerini yürütmek üzere yetkilendirilen, 14.09.1972 tarihli ve 1618 sayılı Seyahat Acenteleri ve Seyahat Acenteleri Birliği Kanunu uyarınca işletme belgesi alan A grubu seyahat acentelerini...” olarak tanımlanmaktadır (Kanıgür, 2021).

Seyahat acenteleri 1618 sayılı kanun gereğince ‘Türkiye Seyahat Acenteler Birliği (TURSAB)’ olarak birleştirilmiş ve bu sayede seyahat acentelerinin gelişmesine ve daha etkin hale gelmesine olanak sağlanmıştır. *“Uluslararası Sağlık Turizmi ve Turistin Sağlığı*

Hakkında Yönetmelik Ek-2’de belirtilen, aracı kuruluşların sağlık turizmi yetki belgesine sahip olmak için taşınması gereken nitelikler; A grubu seyahat acentesi belgesine sahip olmak, sağlık turizmi yetki belgeli en az 3 sağlık kuruluşu ile anlaşmasının olması, en az 2 dilde (biri İngilizce dilinde) ve 7/24 olmak üzere çağrı hizmeti vermek, çağrı personelinin başka yabancı dili olan (biri İngilizce) en az 2 personelinin daha olması, yabancı dil becerisini yönetmelikte belirtilen belgelerle ispatlamak ve yine yönetmelikte belirtilen taahhütleri yerine getirmek.” olarak özetlenebilmektedir (tursab.org.tr, 2022).

Seyahat Acentelerinin işlevi yolculuk ya da tur paketi gibi etkinlikler için yardım hizmetlerinde bulunan (vize için gerekli belgelerin edinimi, havayolu ve otel rezervasyonları vb.) ve hastanın doğru hastane bulması konusunda kolaylık sağlamaktır. Bireyin hizmetle buluşmasına kadar geçen zamanı etkin şekilde geçirmeleri için aracı olarak görev yapan kurumlardır şeklinde de açıklanabilir. Seyahat acenteleri hizmetleri arasında seyahatle ilgili bilgi vermek, paket turlar oluşturmak, barınma, spor, gezi ve eğlence gibi hizmetler ve bu hizmetleri pazarlama gibi faaliyetler gösterilmektedir (Eriş, 2020).

Bu alanda işlevini sürdüren bazı firmalar aldıkları “komisyon ücretine” bağlı olarak hizmet verirler. Tıbbi işlemler veya tedavinin nasıl sonuçlar doğurduğu konularda herhangi bir sorumlulukları ya da vermiş oldukları bir hizmet yoktur. Bunların yanı sıra tıbbi hizmetlerde asıl kişiler dışında yer alan üçüncü kişi olarak belirtilen kişilere ücret verilmesi yasaktır. Bu sebepten dolayı hasta yönlendirici firma modeli ABD’de yoktur. Kendi ülkesi dışında tedavi görmek isteyen hastanın ameliyat süreci araştırılırken, seyahat acenteleri ve danışman firmalar arasında topyekûn bir yanlış algılama ortaya çıkar. Bu durumun yaşanma sebebi her iki farklı aracı tipi kuruluşun da seyahat edilecek ülkelere seyahat organizasyonları ile ilgili havaalanı ve otel rezervasyonu için yardımda bulunmalarındır. Devlet yetkilileri yabancı hastaların tıbbi tedavi süreci boyunca planlı bir şekilde tıbbi müdahaleyi organize etmek konusunda kararlıdır fakat tatil ve iş amaçlı seyahatlerde farklı prosedürler uygulandığını belirtmiştir (Emre, 2016).

Bu ve buna benzer yasadışı faaliyetleri önlemek adına gerek devletin gerekse il müdürlüklerinin uygulama, denetleme ve yükümlülükleri mevcuttur. Örneğin seyahat acenteleri paket turları düzenlerken bir sözleşme hazırlamaktadırlar ve bu sözleşmede sağlık turizmi misafirlerinin yaşadıkları hastalık veya kaza durumunda hastaların tedavi masrafları ile geri dönüş masraflarını poliçelerinin limiti ederinde ödeyeceklerini bildirmek

zorundadırlar. Ayrıca yapılan sözleşmeler seyahat acenteleri ve sigorta şirketleri tarafından 5 iş günü içerisinde bakanlığa göndermelidir. Eğer sözleşme belirtilen süre öncesinde iptal edilirse bu da bakanlığa bildirilmelidir. Sigorta primlerinin belirlenmesi hususunda ise Hazine Müsteşarlığı yetkilidir (Özcan ve Aydın, 2015).

Sağlık turistlerinin seyahat acentelerini seçmelerinin sebepleri arasında gidilmesi olası olan ülkeye, o ülkenin kültürüne aynı zamanda da diline uyum sağlayabilmek gösterilebilmektedir. Bunun yanında sağlık turizmi alanında faaliyet gösteren seyahat acenteleri sayesinde de tıp turizmi “ağızdan ağıza” yayılma yapılarak gelişim göstermesinde yardımcı olmuşlardır (Emre, 2016).

Kuşadası’nda faaliyet gösteren A grubu 165 seyahat acentesi ve sağlık turizmi yetki belgesi olan 11 seyahat acentesi bulunmaktadır.

2.5.2.2. Otel İşletmeleri

Yabancı ülkelere tedavi olmak amacıyla ülkemize gelen sağlık turistleri seyahatleri sırasında hem sağlık hizmetlerinden yararlanır hem de operasyonları sonrası ya da öncesinde hem turizm amaçlı hem de moral amaçlı seyahatler gerçekleştirir ve konaklamaları sırasında da birçok hizmet alabilmektedirler. Bu açıdan bakıldığında sağlık turistlerine birçok opsiyonun bulunduğu göz önüne alınmalı ve farklı turizm hizmetlerini içeren paketler sunulmalıdır. Sağlık turistine sunulan hizmet standartları çok iyi olsa bile turizm hizmetlerindeki eksiklikten dolayı rakip, alternatif destinasyonların tercih edilme oranı artabilir (Dalan, 2019).

Türkiye hekimleri ve sağlık personelinin yabancı dil bilmesi, hastalar açısından tedavi olacakları lokasyona yakın 5 yıldızlı otellerin bulunması ve fiyat açısından uygun olması ile ön plana çıkmaktadır. Fakat merdiven altı denilen işletmelerin varlığı hastaların zarar görmesi açısından ülkenin imajını olumsuz etkilemektedir. Bakanlıkta kaydı bulunmayan bu işletmeler kontrol edilememektedir. Otellerin engelliler için uygun odaları ve hizmetlerinin bulunma durumuna ve seyahat hizmetlerinin uygunluğuna göre tercih etme ihtimalleri değişiklik göstermektedir (Cengiz ve Aksöz, 2018).

Türkiye'ye gelen sağlık turistleri seyahat acenteleri ve aracı kuruluşlar vasıtasıyla olacakları operasyonlar öncesinde moral, tatil ve kültür turizmi amaçlı geldikleri şehir veya yakınlarındaki konaklama tesislerine getirilerek tatil seçeneği sunulmaktadır. Bu gibi faaliyetler hastalara moral vermenin yanında ülke tanıtımı ve ekonomisi anlamında da katkı sağlamaktadır. Sağlık turisti ve yakını bu konaklamalardan memnun olduklarında bir sonraki sene tatil amaçlı ülkeyi ziyaret edebilirler. Bazı tesislerde ki sağlık turizmi için gelecekte öngörüldüğü gibi uzman hekim ve sağlık personeli gözetiminde sağlık hizmeti sunulmaktadır. Bu faaliyetlerin içinde akupunktur, bitkisel tedavi, diyet ve detoks programları gibi hizmetler ve tedaviler de yer almaktadır (Goodrich, 1991).

Ülkeye gelecek olan sağlık turistleri için bu ve benzeri hizmetler ile birlikte sağlık paketleri sunulması ülkedeki otel işletmeleri, spa merkezleri gibi alanlara da katkı sağlamaktadır. Sağlık turizmi için daha güvenilir ve sürdürülebilirlik adına oteller ile iş birliği şarttır. Bu nedenle otellerin denetlenmesi ve profesyonellikten uzak sağlık merkezlerinin sektörden uzak tutulması şarttır. Aksi halde hem ülke hem de sağlık turizmi hususunda güven ve doğru istihdam sağlanamayacaktır (Uygun, 2018). Ayrıca 5 yıldızlı otel işletmelerinin yaz sezonunda beklenen performansı göstermeli halinde kışın düşük sezonda da gerek termal sağlık hizmetleri gerekse yaşlı bakım, fizik tedavi ve rehabilitasyon hizmetleri gibi faaliyetler verebilecek ve böylelikle sağlık turistlerine alternatif sağlık hizmetleri sunulabilecektir (Sağlık Bakanlığı, 2017).

2.5.2.3. Özel, Kamu ve Üniversite Hastaneleri

Sağlık Bakanlığı, Türkiye'de sağlık turizmi için sertifikalı hastaneler sunmakta ve uluslararası hastalara en iyi hizmeti verebilen kurumlara yetki vermektedir. Bu hizmetin kalitesi için JCI akreditasyon belgesi ve diğer kalite standartlarına sahip hastaneler tercih edilmektedir. Türkiye'de son rakamlara göre 34 sağlık kuruluşu JCI sertifikasına sahiptir. Uluslararası akreditasyon belgesine sahip hastanelerin hasta çekme potansiyelinin daha yüksek olduğu belirtilmektedir. Bu değerlendirme açısından Türkiye'yi sağlık turizminde ulusal ve uluslararası avantajlara sahip bir ülke olarak değerlendirmek mümkündür. Ayrıca Sağlık Bakanlığı'nın Şehir Hastaneleri projeleri de yabancı hasta sayısını artırmaktadır (Babacan, 2023).

Ülkemizde sağlık turizmi genel olarak özel hastaneler üzerinden yürütülmektedir. Türkiye Medikal Turizm Değerlendirme Raporu'nun 2013 verilerine göre yabancı hastaların %83'ü özel hastanelere başvururken %17'si kamu hastanelerini tercih etmektedir (Kaya ve diğerleri, 2013).

Türkiye'de hem kamu hastaneleri hem de özel hastaneler sağlık turizmi hizmeti sunmaktadır. Üniversite hastaneleri bu alanda büyük bir potansiyele sahip olup ülke ekonomisine önemli katkılar sağlamaktadır. İstanbul, medikal turizmde öne çıkan bir şehir olup 200'den fazla özel hastane ve 10'dan fazla üniversite hastanesi bulunmaktadır. JCI akreditasyonuna sahip hastanelerin çoğu İstanbul'dadır. Türkiye, nitelikli genç işgücüne, iyi hekimlere, güvenilir sağlık altyapısına sahip olması ve aynı zamanda güncel teknolojilere hâkim olmasıyla sağlık turizminde önemli bir konumdadır. Üniversite hastaneleri, uzman hekimlerin yetiştiği, modern tıp uygulamalarının yapıldığı ve son teknoloji tıbbi gereçlerin bulunduğu kurumlar olarak önem taşımaktadır (Babacan, 2023).

2.5.2.4. Aracı Kuruluşlar

Aracı kuruluşlar, sağlık hizmeti alıcıları ile sağlık hizmeti sunucuları arasında köprü görevi üstlenerek operasyonel faaliyetleri yöneten kurum ve kuruluşlardır. Bu kuruluşlar, hastanın hastanede kalışını hazırlamak, güvenliğini sağlamak, hastayla iletişimi yönetmek, gerektiğinde tercümanlık hizmeti sağlamak, sigorta kuruluşlarıyla ilişkileri yönetmek ve hastanede tedaviyi yapan doktorlarla ilgili özgün süreçler oluşturmak ve bunların sürekliliğini sağlamakla görevlidir. Hastaneyi hastaya karşı, hastayı ise hastaneye karşı temsil etmek amacıyla yetkilendirilen yapılar aracı kuruluşlardır (Somuncu, 2017).

Sağlık turizminde aracı kuruluşlar yabancı literatürlerde aynı zamanda tıbbi seyahat kolaylaştırıcıları denilmekle beraber bu alanda en çok medikal turizmde ihtiyaç duyulmaktadır. Yapılan çalışmalarda yurtdışında sağlık hizmeti arayan hastaların vakitlerinden kazanması, güvenilir ve yelpazesi geniş olan bilgi ağına sahip olmaları gibi sebeplerden dolayı seyahat ve rezervasyon işlemlerinde tıbbi seyahat kolaylaştırıcılarının rağbet görüldüğü gözlenmiştir. Hastalara hastane seçimi, ulaşım, barınma, gezi gibi turizm etkinlikleri ve bakım takibi yapılmasında hastaların işini daha da kolaylaştırmaktadır (Mohamad ve diğerleri, 2012).

Sağlık turizmi sektöründe ise aracı kuruluşların önemli bir rol oynadığı belirtilmektedir. Bu kuruluşlar, vize talebi, bilet rezervasyonu, konaklama düzenlemesi, transfer ve tur organizasyonu gibi hizmetler sunmaktadır. Aracı kuruluşların, varış yerleri, hastaneler, süreçler ve hizmetler hakkında kapsamlı bilgilere sahip olması gerekir. Hasta ve yakınları, bu kuruluşların web sitelerinden tedavilerin hangi sağlık tesisinde ne kadara yapıldığı gibi bilgilere erişebilir ve tercihlerini buna göre yapabilirler. Sağlık turizmi aracı kuruluşları teşvik edilmeli ve hizmet sunmak istedikleri ülkeler için özgün akreditasyon kriterleri tayin edilerek sistematik bir transfer ağı oluşturulmalıdır. Aracı kuruluşların hizmet yelpazesi hastanın evden çıkışından dönüşüne kadar olan süreçleri kapsamalıdır. Bu süreçleri yönetmek için hasta ile ilk görüşme, randevu alınması, ulaşım organizasyonu, tedavi süreci, tıbbi dokümantasyon ve takip süreçlerini içeren bir yazılımın geliştirilmesi önerilmektedir. Bu yazılımı, aracı kuruluşların, kliniklerin, hastanelerin ve seyahat acentelerinin kullanması sağlanmalıdır (Uygun, 2018).

2.5.2.5. Sigorta Şirketleri

Turizmde seyahat sigortası veya sağlık sigortası, turizme katılanların korunmasını sağlamak amacıyla sunulan güvence sistemleridir. İlk olarak "Seyahat Güvence Paketi" adı altında isteğe bağlı sigortalanma imkânı sunan TÜRSAB, daha sonra bunu "Zorunlu Seyahat Sigortası" olarak değiştirmiştir. Böylece sigorta şirketleri, sağlık turizmi kapsamında yurtdışından gelen sağlık turistlerine hem yurt içinde hem de yurt dışında belli prosedürlerle hizmet sunarak sektörle ilgili bir konuda faaliyet göstermiş oluyorlar (Uygun, 2018).

Yurt dışı sigortalarının çoğunluğunun Türkiye'de temsilcilikleri veya asistan kuruluşları bulunmaktadır ve bazıları doğrudan özel hastanelerle çalışmaktadır. Sağlık turistleri, hastaneye başvuruda bulunurken kimlik ve sağlık bilgilerini içeren bir form doldurmalı, pasaport fotokopisi ve sigorta poliçesi fotokopisi gibi belgeleri sigortaya hızlıca faks veya e-posta yoluyla göndererek provizyon almalıdır. Sigorta anlaşması olsa bile çoğu sigorta bu belgeleri talep etmektedir. Eğer sigorta veya temsilcisi hastaneye bir ön garanti göndermişse, hasta taburcu olsa bile ödeme bu garanti kapsamında gerçekleştirilir. Ön garanti yoksa, hasta taburcu edilmeden önce son teşhis ve fiyat bilgisi sigortaya faks ile gönderilmeli ve garanti talep edilmelidir. Ödeme garantisi alınmayan hastalardan ödeme peşin olarak tahsil

edilmelidir. En pratik yöntem, başvurudan sonra sigorta şirketine anlaşma metnini göndermektir (Korkmaz Özcan, 2014).

Onuncu Kalkınma Planı döneminde (2014-2018), devlet tarafından sigorta konusunda girişimler artmıştır. Yurt dışından hasta getirecek olan yabancı sigorta şirketleriyle Türkiye'nin sağlık turizmi alanındaki sağlık hizmet sunucularının işleyişinde sorun yaşanmayacağı konusunda koordinasyon sağlanmıştır. Bu sayede yabancı sigorta şirketlerine güvence verilmiştir. Ancak bu konuda daha fazla ilerleme kaydedilmesi gerekmektedir (Uygun, 2018).

2.5.2.6. Ulaşım Firmaları

Uluslararası turizm pazarına Türkiye'nin uzak konumda olması, geniş, engebeli ve dağlık sınırlara sahip olması nedeniyle en uygun ulaşım şekli hava yoludur. Bu durumda, sağlık turizminin gelişmesinde ve turizmin yılın her ayına yayılmasında hava yolu taşımacılığının önemi büyüktür (Korkmaz Özcan, 2014).

Sağlık turizmi sektöründe hastalar yurt dışından ulaşım sağladıkları için Türk Havayolları ve Pegasus hava yolu şirketleri en önemli ulaşım paydaşlarıdır. Türk Havayolları, sağlık turizmine destek vermek için 2 Haziran 2015 tarihi itibarıyla o dönemin Ekonomi Bakanlığı'nın "Hasta Yol Mevzuatı" programına katılarak hastalara yol desteği sağlamaktadır. Bu program kapsamında tedavi için Türkiye'ye gelen yolcuların ulaşım masraflarının %50'si iade edilmekte ve sağlık turistlerinin Türkiye'yi tercih etme imkanları artmaktadır. Ulaşım firmaları, özellikle hava yolları, sağlık turizmine dolaylı katkıda bulunan paydaşlardır ve bu sektöre daha fazla ulaşım firmasının katkı sağlaması gerekmektedir (Uygun, 2018).

2.6. Sağlık Turizminde Hizmet kalitesini Etkileyen Tamamlayıcı Faktörler

Sağlık Turizminde hizmet kalitesini etkileyen çeşitli faktörler vardır. Bunların arasında akreditasyon, reklam ve tanıtımın önemi, hasta takibinin önemi gibi faktörleri sıralayabiliriz. Bu bölümde bu faktörler detaylı olarak verilmiştir.

2.6.1. Sağlık Turizminde Akreditasyonunun Rolü

Akreditasyon, diğer kurumlar tarafından otorite olarak kabul görmüş bir kuruluşun (STK), sağlık kuruluşlarını önceden belirlenmiş ve duyurulmuş olan, standartlar ve kurallar çerçevesinde uygunluğunu denetleyen, değerlendiren ve belgelendiren bir kalite altyapısıdır. Akreditasyon standartları bazında incelendiğinde kuruluşlar için en uygun ve ulaşılabilir değerler olarak kabul görmesinin yanında, kuruluşların devamlı olarak iyileştirilip geliştirilmesine teşvik eder. Özetle akreditasyon yönetim sistemine duyulan ihtiyaç ve uygunluk değerlendirmesinde fikir birliği oluşması amacı güder ve uygun bulunan kuruluşları belgelendirir (Rooney ve Van Ostenberg, 1999). Standartlar, en az hata, en sağlıklı ortam ve en iyi düzeyde kalitenin oluşturulması ideali çerçevesinde şekillenir. The International Society for Quality in Healthcare-Uluslararası Sağlık Hizmetleri Kalite Derneği İtalya merkezli ve akreditasyon kuruluşları açısından çatı kuruluş konumundadır, uluslararası arenada akreditörlerin, akreditorü olarak tanınmaktadır (Kavak, 2018).

Dünya genelinde hasta ve personel için meydana gelebilecek olumsuzlukların ortadan kaldırması, güvenli ve huzurlu bir ortam oluşturulması, hasta tedavi merkezlerinin yüksek kalitede olması ve bu durumların sürekliliğinin sağlanması adına denetleme ve tescillemeleri akreditasyon sistemleri kurumları belgelendirir. Bununla birlikte bazı ülkeler toplumsal sorumluluk ve hesap verme adına akreditasyonu bir araç olarak kullanmaktadırlar (Kavak, 2018).

Sağlık turistleri seyahat edecekleri kuruluşları seçerken, personel-hasta iletişimi, kuruluşun hizmet kalitesi, ulaşım ve konaklama tesisleri vb. faktörleri göz önünde bulundurmaktadır (Manaf ve diğerleri, 2015). Bu sebeple sağlık kuruluşlarının yüksek kalite ve standartlara sahip olduğunu gösteren uluslararası sertifika ve akreditasyon belgeleri turistler açısından önem taşımaktadır (Binler, 2015).

Akreditasyon, medikal turizmdeki gereklilikleri belirleyip denetlerken, hastanelerdeki akreditasyonu ise bağımsız denetmenler denetleyerek uygunluk belgesini onaylar (Tontuş, 2015). Smith ve Forgione (2007), tarafından ABD’li sağlık turistleri ile yapılan araştırmada; deneklerin ülke tercihinde sosyal-ekonomik şartların yanında sağlık politikalarını göz önünde bulundururken; kurum seçiminde personel tecrübesi, tedavi ücreti, tıbbi bakım kalitesi ve akreditasyonu dikkate aldıkları ortaya çıkmıştır (Smith ve Forgione , 2007).

Ülkemizde ise yakın zamanda özel hastanelerin katkısıyla medikal turizmde ilerlemeler kaydedilmiş ve turistleri kendi bünyesine çekmek isteyen hastaneler uluslararası akreditasyon belgelerine sahip olmak için çaba sarfetmekte ve birbirinden farklı pazarlama teknikleri kullanmaktadırlar (Daştan, 2014). Bununla birlikte ülke içindeki bütün hastaneler ulusal akreditasyon belgeli olarak hasta kabul etmektedir ve yılda iki kez denetlenmektedir (T.C. Sağlık Bakanlığı , 2014). Sağlık turistleri için Uluslararası Hasta Destek Birimi Tercümanlık ve Çağrı Merkezi (UHDB) 0 850 288 38 38 numaralı çağrı hattı kullanılarak 6 dilde (Almanca, Arapça, Fransızca, Farsça, İngilizce ve Rusça) 7 gün 24 saat hizmet vermektedir (Sağlık Turizmi Daire Başkanlığı, 2022).

2.6.2. Sağlık Turizminde Reklam ve Tanıtımın Önemi

Sürekli ve yoğun bir şekilde bir ülkenin başka bir toplum üzerinde pozitif bir imaj elde etmesi veya negatif imajı pozitifçe çevirmek için yapılan bilgi aktarım sürecine tanıtım diyebiliriz (Avcıkurt, 2005). Turizmde tanıtım ise yerli ya da yabancı turisti kendi hizmet ve ürünlerine çekmek için yapılan, hafıza kalmasını sağlayan, ürünler ve hizmetin satın alınması, sosyal ve ekonomik kazanç için gerçekleştirilen faaliyetlerin tamamı olarak tanımlanabilir (Arslan, 2014).

Reklam; “yazılı ve görsel medya araçları ile ürün ya da hizmetlerin tanıtılması” şeklinde tanımlanabilir. Bu ürün ve hizmetleri tüketicinin nasıl elde edeceği veya kullanacağı ve parasını nasıl harcayacağı ile ilgili fikir verir (Pektaş, 1987). Bu sebepten ötürü bir reklamın sıradan olması veya kendini tekrarlaması istenilmeyen bir durumdur. Reklam her zaman ilgi çekici ve yenilikçi olmalıdır (Yoldaş ve Ergezer, 2013).

Birçok ülkeden sağlık turistleri artık tercih yapmadan önce; hizmetin bütçesi ve kalitesi, sağlık mevzuatı, ülkenin refah düzeyi, bekleme süresi ve ulaşım gibi konular da fikir sahibi olmak istiyor bu unsurlara ulaşmak için de reklam ve tanıtım faaliyetlerine önem veriyorlar (Crooks ve diğerleri, 2010). Bir işletmenin tanıtımıyla ilgili olan tüm bu unsurlar ve hastaların bilgilendirilmesi konusu ise hazırlanan raporlar, broşürler, haber bültenleri ve tanıtım kitapçıkları ile sağlanıyor. Bu faaliyetleri hazırlamak, takip etmek ve denetlemek tamamen halkla ilişkiler biriminin kontrolündedir. Sağlık turizminin uluslararası meydana pazarlama ve tanıtımı için Dışişleri Bakanlığı, Türk İş birliği ve Koordinasyon Ajansı ile

Kültür ve Turizm Bakanlığı faaliyet yürütürken; hizmet sunumu aşamasında il sağlık müdürlükleri, kamu ve özel hastaneler, sağlık turizm otelleri ve ulaşım firma ve acenteleri faaliyet halinde bulunmaktadır (Biçer ve İlman , 2020).

Teknolojik gelişmeler ile birlikte yapılan uygulamalar ve seyahat imkanlarının ulaşılabilir hale gelmesi yeterli tanıtım faaliyetleriyle kurumların tercih edilme oranını arttırabilir. Sağlık hizmetlerinde dünya genelinde ön plana çıkabilmek için uluslararası sertifikalar ve akreditasyonlara sahip olmak kuruluşlar için büyük oranda avantaj sağlayabilir. Bu durumlar göz önüne alınarak artık A sınıf özel hastanelerde “yabancı uyruklu hasta departmanı” oluşturulmaya başlanmıştır, alandaki ilerlemeleri takip etmek ve tanıtım amacıyla uluslararası sağlık turizm fuarlarına katılım sağlanmaktadır. Ülkemize sağlık turizmi için gelen turistler tatmin oldukları sürece, aynı işletmeyi tekrar ziyaret etmekte ve çevresini de o işletmeye yönlendirerek olumlu yönde reklamını yapmaktadır (Tütüncü ve diğerleri, 2011).

Alan yazına bakıldığı zaman ülkemizin sağlık turizmi tanıtımı alanında faaliyetleri arttırması ve pazarlama stratejilerine destek vermesi gerektiği görülmektedir (Soysal, 2017). Ürün veya hizmet ne kadar kaliteli ve faydalı olursa olsun eğer yeterince tanıtımı ve reklamı yapılmadıysa bu üründen ve hizmetten kar elde edilmesi oranı düşmektedir (Ayhan, 2021).

Alan yazın incelendiğinde ise 20. yüzyılın ilk üççeyreğinde geleneksel pazarlama, son çeyreğinde ise modern pazarlama yöntemlerinin tercih edildiği görülmektedir. Çağımızın gerekliliklerine ayak uydurarak modern ve teknolojik cihazlarla donatılmış sağlık kuruluşlarımızın, yüksek kalitedeki tedavi yöntemlerimizin ve iyi eğitim almış Türk hekimlerinin tanıtım ve reklamını yaparak, sağlık turistlerini ülkemize çekebiliriz bu açıdan reklam ve tanıtım uluslararası arenada adımızı duyurmak için önemli bir yere sahiptir (Alabay, 2008).

2.6.3. Sağlık Turizminde Hasta Takibinin Önemi

Turizm türleri arasında sağlık turizminin getirisinin fazla olmasının başlıca sebepleri, yoğun ve yüksek teknoloji ile birlikte uzmanlık gerektiren bir sektör olması, senenin tamamına yayılıyor ve aralıksız yapılabiliyor olması, bunların yanında da sağlık turistleri için

uzun süreli konaklama gerektirmesidir. Bir ülkede sağlık turizminin geliştirilebilmesi için, temel dayanaklar ve ayrıcalıkların daha önceden belirlenmiş ve denetlenebilir olması gerekmektedir. Bu durumdan hareketle sağlık turizminin önemli ölçütleri şu şekilde sıralanabilir (Gidener, 2007);

- Tedavi öncesinde ve sonrasında hasta takibi,
- Tedavi sürecinde doktor sorumluluğu,
- Kalite ve fiyat yönetimi (Gidener, 2007).

Sağlık turistlerinin amacı, halihazırda var olan hastalığını tedavi ettirmek ve daha sağlıklı bir vücuda sahip olmaktır. Hasta olan bireylerin turizme katılım sağlamalarının temel sebebi de bu durumdur (Temizkan ve Çiçek, 2015).

Sağlık turizminin ilk türü olan ve her iki ülkede de yapılmasında herhangi bir engel bulunmayan tıbbi müdahalelerde bile hasta, internet sitelerinde ki bilgi kirliliği ya da aracı şirketle irtibatın korunması gibi durumların da dahil olduğu birçok konuda yönlendirilebilir ve bu durumlarda hasta haklarının korunmasıyla ilgili hukuki açıdan belirsizliklerle karşılaşılabilir. Bu nedenle başka ülkelere seyahat eden sağlık turistlerinin hasta kayıtları, tedavi sürecinde ve sonrasında takibinin sağlanması, oluşabilecek olumsuz bir komplikasyon için bütün verilerin kayıt altına alınması oldukça önemlidir (Burkett, 2007).

Tedavisi tamamlanan hastalar taburcu olduktan sonra da bazı hizmetler almaktadırlar. Bu hizmetlerden en önemlisi ise hastanın kendi ülkesinde ameliyat sonrası uygulana prosedür ile tedavi olduğu ülke arasındaki uygulamaların koordinasyonu ve tedavisinin takibidir. Bu açıdan bakıldığında hastanın konforu açısından, mesafe ve zaman sorunun azaltmak için iletişim araçlarından faydalanılabilir (Uyanık Çavuşoğlu, 2018).

Türkiye sağlık turizmi için ilk sıralarda yer alan ve turist çeken bir ülkedir. Bunun başlıca nedenleri sağlık merkezlerinde hastaya uygulanan operasyonlarda yüksek teknoloji ve modern yöntemlerin kullanılması ve tedavilerin dünyaca tanınan Türk doktorlar tarafından yapılmasıdır (Çelik, 2009). Ayrıca tedavi süreci sonrasında hastanın takibinin yapılması da sağlık turistleri açısından önemli bir etkidir. Son yıllarda hayatımıza giren teknoloji ile yaygınlaşan kitle iletişim araçları sayesinde çevrimiçi ve telefon mesajları, bilgisayar destekli video konferans görüşmeleri telefon uygulamaları ile hasta takibi, web siteleri aracılığıyla iletişim ve mail yoluyla haberleşme gibi yöntemler kullanılarak hasta takibi için oluşturulan

geniş yelpaze sayesinde anlık ve düzenli olarak hasta takibi yapılabilir. Bu açıdan bakıldığında hasta takibi hizmetinden memnun kalan turist, başka tedaviler için aynı kurumu seçme eğilimi gösterirken olumlu bir izlenim bırakan kuruluşu da etrafına tavsiye ederek kurum imajını yükseltmektedir (Su Topbaş, 2020).

2.7. Dünyada ve Türkiye’de Sağlık Turizmi

Sağlık turizmi giderek artan bir öneme ve hızla büyüyen bir ticaret hacmine sahiptir. Gelişmeye ve büyümeye devam eden bu turizm türü birçok ülkenin ilgisini çekmektedir (Özer ve Songur, 2013). Yaba (2022)’ya göre sağlığı tedavi edici unsurlar ve koruyucu uygulamalar birbirinin tamamlayıcısı olan faktörler haline gelmiştir ve ayrılamaz bir bağ oluşmuştur. Dünyada sağlık ekonomisinin ticari hacmi ise 4,5 trilyon dolar değerine ulaşmıştır (Yaba, 2022).

Ülkemizin konumu, doğası, görkemli geçmişi ve diğer ülkelere kıyasla sahip olduğu fiyat avantajının yanı sıra sağlık kurum ve kuruluşlarının yeterliliği, sağlık personelinin eğitilmiş ve donanımlı olması, nitelikli hizmet anlayışı gibi özellikleri ile sağlık turizmi açısından diğer lider ülkeler arasında yer almaktadır. Türkiye her ne kadar OECD ülkelerine kıyasla alt sıralarda olsa da son zamanlarda sağlık turizmi açısından gözde ülkelere biri haline gelmiştir (Bulut ve Şengül, 2019).

Bu bölümde Sağlık turizminin Dünya’daki ve Türkiye’deki mevcut durumu detaylarıyla incelenmiştir.

2.7.1. Dünyada Sağlık Turizmi Mevcut Durumu

Medikal turizmin tarihine bakıldığında aslında yüzyıllar öncesine uzanan bir geçmişle karşılaşmaktadır ve insanların şifa bulmak adına ülkeler geçip, kıtalar değiştirdiği görülmektedir. Eski Yunan kaynakları incelendiğinde hastaların tedavisi için Akdeniz’in şifalı sularını almak adına yolculuk yaptıkları görülmüştür. 18. yüzyılda ise Nil Nehri’nin şifalı olduğunu düşündükleri için zengin Avrupalıların Mısır’ı ziyaret ettikleri görülür. Günümüze gelindiğinde ise bu ziyaretlerin artık sadece şifalı olduğu düşünülen doğal kaynaklar için değil aynı zamanda donanımlı sağlık kurumları, kendi ülkelerine göre düşük

tedavi maliyeti, ileri tıbbi tedaviler, yüksek teknoloji tedavi cihazları ve dünyaca tanınmış yetenekli doktorlar tarafından tedavi görmek amacıyla da yapılmaktadır (Aydın, 2012).

Dünya üzerinde ülkelerin gelişmişlik seviyesi ne kadar artarsa o toplumda yaşayan bireylerin de hastalık durumunda tedavi olabilmeleri ve uzman hekimlere ulaşabilmeleri oranı aynı düzeyde artmaktadır. Fakat, gelişmişlik düzeyiyle paralel olarak artan bir diğer faktör de tedavi ücretleridir, yüksek tedavi ücretlerini karşılamada yaptırılan sağlık sigortaları yetersiz kalmakta ve bu durumda hastalar tedavi olabilmek adına başka ülkelere yönelmektedirler. Sağlık turizminde Hindistan, Tayland ve Amerika Birleşik Devletleri tedavi maliyetlerini yüksek tutmaktadır ve bu nedenle hastalar başka ülkelerde tedavi yolları aramaktadır (Gülbahar, 2009).

Bugün dünyanın neresinde olursak olalım; internet, bilişim teknolojileri ve medya araçları sayesinde yeryüzündeki tüm sağlık hizmetleri ulaşılabilir ve erişilebilir bir konuma gelmiştir. Sağlık turizmi açısından gelişmişlik seviyesine bakıldığında Hindistan ön sıralarda yer alırken, onu Orta ve Güney Amerika ülkeleri ve Güney Asya ülkeleri takip etmektedir (Coşkun, 2022).

Sağlık hizmetlerinin maliyetleri ülkelerin gelişmişlik düzeyine göre farklılık göstermektedir ve gelişmiş ülkelerde tedavi ücretleri daha yüksektir. Gelişmekte olan ülkeler tedavi hizmetlerini daha düşük maliyetlerle turistlere sunar bu durum sayesinde de sağlık turizmi gelişmiş ülkelere göre gelişmekte olan ülkelere doğru bir akış göstermeye başlamıştır. Maliyet açısından örnek verecek olursak Türkiye’de 90 dolara yapılan tedavi ABD’de 400 dolara yapılmaktadır bu da sağlık turizmi açısından Türkiye’nin tercih edilmesinin başlıca sebeplerindendir (Binler, 2015).

Tablo 2. 2023 Yılı Ülkelere Göre JCI'a Akredite Olan Kuruluş Sayısı

Ülke	Akredite Kuruluş Sayısı
Birleşik Arap Emirlikleri	216
Suudi Arabistan	111
Brezilya	70
Tayland	61
Çin	46
Hindistan	43
Türkiye	34
İrlanda	31
İspanya	31
Japonya	30
Endonezya	23
Katar	22
Malezya	17

Kaynak (www.jointcommissioninternational.org, 2023)

Tablo 2’de 2023 yılının ilk yarısında JCI akreditasyonuna sahip kurumların ülkelere göre sayıları verilmiştir. En çok akredite kuruluşa 196 kuruluş ile Birleşik Arap Emirlikleri sahip iken ardında Suudi Arabistan, Tayland ve Brezilya gelmektedir. Türkiye ise 32 kuruluşla yedinci sırada yer almaktadır. Medikal turizm için en iyi 10 destinasyon arasında: Tayland, Türkiye, Hindistan, Güney Kore, Almanya, İsviçre, İspanya, İtalya, İsrail ve Ukrayna yer almaktadır. Cook (2008)’a göre sağlık turistlerinin seyahatlerinde Spaları da ziyaret etmeleri sağlık turizminde sosyal tecrübeyi de arttırmaktadır (Cook, 2008).

Tablo 3. Literatürde Medikal Turizm Destinasyonu Olarak En Çok Alıntılanan Yerler

Asya / Orta Doğu	Amerika	Avrupa	Afrika	Diğer
Çin	Arjantin	Belçika	Kuzey	Avustralya
Hindistan	Brezilya	Almanya	Afrika	
İsrail	Kanada	Macaristan	Tunus	
Ürdün	Barbados	Çekya		
Malezya	Kolombiya	İtalya		
Singapur	Kosta Rika	Polonya		
Filipinler	Küba	Litvanya		
Kuzey Kore	Ekvator	Portekiz		
Tayvan	Meksika	Romanya		
Türkiye	ABD	Rusya Federasyonu		
BAE	Jamaika	İspanya		
		Letonya		

Kaynak: (Muzaffar & Hussain, 2007).

Tablo 3’ de medikal turizm destinasyonu olarak en çok alıntılanan yerler yukarıdaki tabloda kıtalara göre listelenmiştir. Asya/Orta Doğu’da 11 ülke, Amerika Birleşik Devletleri’nde 11 ülke, Avrupa’da 12, Afrika’da 2 ve diğerlerinde 1 ülke olmak üzere toplamda 37 ülkeden söz edilmiştir.

Tablo 4. Dünya Sağlık Turizmi Gelir Sıralaması (İlk 10 Ülke)

2019			2020		
Sıra No	Ülke	Gelir (\$)	Sıra No	Ülke	Gelir (\$)
1	ABD	1.174.000	1	Tayland	475.276
2	Türkiye	1.013.000	2	Türkiye	347.000
3	Tayland	761.824	3	ABD	271.000
4	Ürdün	621.127	4	Hindistan	160.265
5	Macaristan	523.215	5	Malezya	82.305
6	Kosta Rika	465.500	6	Filipinler	61.102
7	Malezya	389.954	7	Etiyopya	43.563
8	Çek Cumhuriyeti	277.495	8	Afganistan	43.142
9	İsrail	277.000	9	Brezilya	39.822
10	Hırvatistan	272.412	10	Ermenistan	36.423

Kaynak: www.trademap.org (erişim 17.08.2022)

Tablo 4’ de 2019 ve 2020 yıllarında sağlık turizminden en çok gelir sağlayan 10 ülke listelenmiştir. Bu ülkeler içinde ilk 3 ülkede sıralamada değişiklik olmasına rağmen Türkiye bulunduğu 2. sırayı korumuştur. 2019 yılında ABD birinci sırada en çok geliri elde eden ülke olmasına rağmen 2020 yılında birinciliği Tayland’ın aldığı görülmektedir. Bunun yanında tabloda kazanç sıralaması yıllara göre değişse de 2020 yılında sağlık turizminde bir gelir kaybının mevcut olduğu görülmektedir.

Tablo 5. Dünya Sağlık Turizmi Gider Sıralaması (İlk 10 Ülke)

2019			2020		
Sıra No	Ülke	Gelir (\$)	Sıra No	Ülke	Gelir (\$)
1	Nijerya	2.555.510	1	Nijerya	1.003.128
2	Almanya	798.185	2	ABD	235.000
3	ABD	716.000	3	Filipinler	74.014
4	Hollanda	695.977	4	Panama	62.664
5	Umman	571.132	5	Moğolistan	44.279
6	Kanada	510.000	6	Brezilya	37.168
7	Avusturya	460.104	7	Tayland	35.426
8	Panama	202.281	8	Ermenistan	29.047
9	İngiltere	185.080	9	Maldivler	26.154
10	Ermenistan	159.895	10	Irak	23.400

Kaynak: www.trademap.org (erişim 17.08.2022)

Tablo 5’ de 2019 ve 2020 yıllarında sağlık turizminden en çok ödeme yapan 10 ülke listelenmiştir. Bu sıralamada ülkeler arasında büyük oranda değişimler olmuştur fakat sağlık turizminde en çok harcamayı yapan ülke olarak Nijerya birinci olduğu sıralamayı korumuştur. Bunun yanında tabloda yapılan harcama sıralaması yıllara göre değişse de 2020 yılında sağlık turizminde yapılan harcamanın 2019 yılına göre azaldığı görülmektedir.

Dünyada sağlık turizmi denildiğinde ilk akla gelen ve en önemli pazarını oluşturan medikal turizm; kalp-damar cerrahisi, kısırlık tedavileri, tüp bebek, diş, estetik, göz, eklem protezleri gibi sağlık hizmetlerinden oluşmaktadır. Sağlık turistlerinin ülke tercih nedenleri ülkelerin sağlık turizmdeki başarıları ve fiyat politikalarıdır. Dünyada sağlık turizminde öne çıkan ülkeler arasında Güney Asya, Güney Amerika ve Güney Avrupa gelmektedir. Bunun en önemli nedeni bu ülkelerdeki tedavi fiyatlarının kuzey ülkelere göre düşük olmasıdır. Bunun yanı sıra güney ülkelere göre coğrafi konum nedeniyle ulaşım daha kolay ve modern tıp hizmetleri daha başarılı ve etkindir. Çünkü hizmeti verebilecek donanım, alt yapı ve eğitilmiş personel oranı gibi avantajlara sahiplerdir (Erdoğan, 2018).

Dünya ülkelerinde sağlık turizminde özellikle medikal turizm alanında en başarılı ülkelerden biri Hindistan’dır. Ülke 1990 yılında liberal politika gelişimleriyle medikal turizm alanında yatırımlarını da arttırmıştır. Ayrıca Hindistan sağlık turistleri için özel bir vize statüsü (M-Visa) belirlemiştir. Bu vize statüsü sayesinde 1 yıla kadar medikal turistler ülkede kalabilmektedir. Ayrıca yabancı uyruklu sağlık personellerinin de ayrı bir vize prosedürü vardır ve bu sayede ülkede daha fazla sağlık çalışanı görevlendirilirken, yabancı personellerin sayısı da arttırılmıştır (SATURK). Hindistan’ın en önemli avantajı tedavi maliyeti açısından

rakiplerine göre uygun fiyatlı olmasıdır. Ülkeyi tercih eden ülke vatandaşları arasında İngiltere, Amerika ve Kanada ülkeleri bulunmaktadır. Bunun nedeni ise ülkenin fiyat politikasıdır. Ülkede yapılan sağlık hizmetlerinin başında bypass, göz cerrahileri, kemik ilik nakli, kalça protezi ve alternatif tıp hizmetleri gelmektedir. Ayrıca Hindistan'ın sağlık turizminde ön planda olmasının diğer nedenleri arasında tanıtım politikalarının iyi olması, resmi dillerinden birinin İngilizce olması, sağlık turizmi yapan hastanelerin alt yapısı sağlam, yüksek teknoloji ile donanımlı olması, akredite olan sağlık turizmi kuruluşlarının her yıl yüksek oranda artması, sağlık personellerinin çoğunu batı ülkelerinden gelmesi ve eğitilmiş olmaları ve devlet desteğinin olması sayılabilmektedir (Karagülle, 2010).

Bunun yanında dezavantajı ise çalışma şartlarındaki adaletsizlik nedeniyle bünyelerinde bulundurdıkları uzman doktorların ve sağlık personelinin işten ayrılması, kalitenin düşmesi, akreditasyon sorunlarının baş göstermesidir. Bu durumlar aşılmazsa ülkenin sağlık turizmi açısından önemli sıkıntılar yaşayacağı ön görülmektedir (Chinai ve Goswami, 2007).

Asya ülkelerinde bir diğeri olan Tayland 1970'li yıllarda medikal turizmde öne çıkmaya başlamış ve ilk başarı gösterdiği ve sağlık turizmde adını duyurmaya başladığı operasyon cinsiyet değiştirme operasyonu olmuştur. Zaman içinde ise sadece bu tür operasyonlarla değil kozmetik cerrahisiyle de sektördeki yerini genişletip etkinliğini arttırmıştır (Connell, 2006). Coğrafi konum açısından güneydoğu Asya'da yer alması ve Asya ülkelerindeki sağlık turistlerini kendine çekmesinden dolayı medikal turizm merkezlerinden biri olarak ün kazanmıştır. Hatta son yıllarda medikal turizm için yurtdışından gelen hastaların sayısı Hindistan'a gelen hasta sayısının neredeyse 3 katına yükselmiştir ve bu ülkeyi medikal turizmde dünya pazarının ilk sırasına yerleştirmiştir. Çeşitli ülkelere tedavi için Tayland'a gelen sağlık turistleri uluslararası akredite belgesine sahip hastanelerde misafir edilmektedirler. Ayrıca hastanelerdeki hekimler başarılarından dolayı 'Amerikan Board' sertifikasına sahiptir (Kiremit, 2008). Birçok ülkeden sağlık turisti olsa da yoğunlukla misafir ettikleri hastalar Singapur, Bruney, Pakistan, Çin, Japonya, Bangladeş ve Tayvan'dan gelmektedirler (Binler, 2015).

Bir diğeri Asya ülkesi Malezya ilk kez 1998 senesinde sağlık turizmi kavramı ile bu sektöre girmek ve gelişim göstermek isteyen hükümet tarafından tanıtılmıştır. Dönemin hükümeti Sağlık Tesislerini Geliştirme Ulusal Komitesi'ni kurmuş; Malezya'da bulunan

tesislerin altyapıları hakkında bilgi elde edinilmiştir. Ayrıca buna ek olarak uluslararası arenada tanıtım faaliyetleri Kültür Bakanlığı, Sağlık Bakanlığı ve Sanat Turizm Bakanlığı ve Milletler ile Sanayi Arası Ticaret Bakanlığı tarafından yürütülmüştür (Khairunnisaa ve Hatta, 2017). Ülkenin hükümeti aynı zamanda sağlık turistlerini ülkelerine çekebilmek ve güven vermek için kendi uzman akreditasyon uygulamasını kurmuştur. Hastanelerin birçoğunda JCI ve ISI belgeleri mevcuttur (Erdoğan, 2018). Malezya cerrahi operasyonlarda kısa bekleme süresi ile sağlık turizminde en büyük avantajlarından birini elde ederken, bunun yanında alternatif sağlık uygulamaları ve turizm ürünlerini bir arada sunması, sağlık turizmi alanında bir cazibe merkezi olmasına olanak sağlamıştır (Garcia-Altes, 2005).

Malezya'ya sağlık turizmi için seyahat eden turistler dünyanın hemen her yerinden gelse de büyük oranda Uzak Doğu ülkelerinden gelen turistlerden oluşmaktadır. Malezya fiyat açısından tedavi maliyetlerinin düşük olmasının yanında kaliteli hizmet sunarak da kendine turist çekmeyi başarmaktadır. Ülkenin sağlık turizmi alanında reklam, tanıtım ve geliştirilmesi ile ilgili stratejileri ise Sağlık Bakanlığı tarafından belirlenmektedir (Leng, 2010).

Asya ülkelerinden Singapur ise sağlık turizmi alanında hizmete ilk kez 2007 yılında adım atmıştır. Uygun fiyat, yüksek kalite politikasını devam ettirerek turistleri ülkesine çekmeyi başarmış ve öne çıkmıştır. Kalite standartları açısından mükemmeliyetçilik, güvenilirlik ve uluslararası akreditasyonlara sahip hastaneleri olmasıyla öne plana çıkan Singapur sağlık turizmi açısından önemli bir konumdadır. Devlet düzeyinde Birleşik Arap Emirlikleri ve Orta Doğu'da bazı ülkeler ile sağlık hizmetlerinin sunumu konusunda anlaşmalar imzalanmıştır (Heung ve diğerleri, 2011).

Sağlık Bakanlığı tarafından ülkeye 2003 yılında 'Singapur Sağlık Bilimi' kurumu kurulmuştur. Singapur halkının çoğunluğun ve sağlık turizminde çalışan hekimlerin İngilizce dilinde konuştuğundan dolayı sağlık turistleri için avantajlı bir konuma yerleşmiştir. Söylenebilecek dezavantajı ise sadece devlet kapsamındaki hastanelerinin yatak sayısının yetersiz olmasıdır (Erdoğan, 2018).

Avrupa ülkelerinden Amerika'da ise eyalet sisteminden dolayı merkezi bir sağlık sistemi yoktur. Dünya'nın en çok sağlık harcaması yapan ülkesidir. Ülkeye gelen sağlık turistleri kadar ülkeden başka ülkelere giden sağlık turistleri de yoğunluktadır. Amerika'daki sağlık sigorta sisteminin olmaması ve en pahalı sağlık hizmetlerinin ülkede olması tercih edilmeme sebeplerinin başında gelmektedir. Bu sebeplerden ötürü Amerikalı insanlar dış

tedavisi için Kosta Rika ve Meksika'yı, kozmetikte Arjantin ve Brezilya'yı, ortopedi ve kalp operasyonları için ise Tayland ve Hindistan'ı tercih etmektedir. Ülkede konuşulan dilin İngilizce olması, yüksek teknoloji hastanelerinin ve uzman hekimlerinin olması ve dünyanın en iyi tıp fakültelerinin (Harvard, Stanford, Cleveland gibi) ABD'de olması da ülkeye sağlık turizmi gelmesinin nedenlerini oluşturmaktadır (Erdoğan, 2018).

Almanya Avrupa'nın en önemli sağlık merkezlerindendir. Sağlık ve turizm tesislerinin fazlalığı, hizmet kalitesi ve ürün yelpazesi ile tercih edilen bir ülkedir. Termal turizmde önde gelen Avrupa ülkesi ise Fransa'dır. Termal tesislerin fazlalığı ve yaşayanların termal turizm faaliyetleriyle ilgili olması ülke tercih edilebilir kılmaktadır. İsviçre ve Avusturya ülkelerinde ise sağlık turizmi için yapılan tatil köyleri ve oteller ile sağlık turistlerini çekmektedir. İspanya ise alternatif tıp ve deniz suyu tedavileri ile sağlık turizminde ilerleme kaydetmiştir (Yaba, 2022).

Ortadoğu ülkelerinde ise akredite olan sağlık merkezlerinin hızla artması sağlık turizminde öne çıkmalarına neden olmuştur. Birleşik Arap Emirlikleri'nde Dubai'de açılan 'Dubai Healthcare City' tamamen sağlık turizmi için kurulmuştur. Tıbbi tesisleri, tedavi merkezleri, uzman, eğitimli hekimleri ile bölgenin sağlık turizmi gözde merkezlerinden olmuştur. Ürdün ise göz, mide ve kozmetik cerrahisinde ilerleme kaydetmiş ve Avrupa ülkeleri ile körfez ülkelerinin dikkatini çekmektedir (Al-Azzam, 2016).

2.7.2. Türkiye'de Sağlık Turizmi Mevcut Durumu

Dünya sağlık turizmin de önemli bir yere sahip olan Türkiye aynı zamanda tarihi, doğal ve jeolojik kültürel değerleriyle ön plana çıkmaktadır. Gelişmekte ve giderek değişen global dünyada insanların zamanla kendilerine ayırmak istedikleri zamanda ilgi ve isteklerinin değişim gösterdiği gözlenmektedir. İnsanlar değişim gösteren ilgi ve istekleri dolayısıyla sağlık turizm alanında gelişmiş olan ülkelere rağbet göstermekte buna paralel olarak ise en büyük faydayı sağlık turizm alanında gelişmiş olan ülkeler görmektedir. Dünyada ki bu değişim üzerine Sağlık turizmi için gerekli görülen iyileştirilmelerin yapılması ve bu alana daha çok önem verilmesi ortaya çıkmasıyla turizm gelirlerinin artması üzerine bu alanda daha fazla gelir elde etmek amaçlanmıştır (Edinsel ve Adıgüzel, 2014).

Türkiye ise son yıllarda dikkat çeken kalkınma planları sonucunda bu alanda ileri seviyede olan ülkelere dış göstermiştir. Bu ülkeler arasında ABD, Singapur, Malezya, Tayland ve Avrupa Birliği'ndeki birçok ülke sayılabilir. Türkiye'nin sağlık turizm alanında önemli konum haline gelmesinde ki başlıca nedenler kaliteli alt yapı oluşturan sağlık hizmetleri, tedavilerin uygun ücretli olması ve sağlık personellerinin donanımlı bireylerden oluşmasıdır. Türkiye'nin bu alanda dönüm noktası olarak görülen 2005 yılından sonra uygulamaya geçen kalkınma politikalarıdır. Türkiye'nin kendine belirlediği hedef ise sağlık turizm alanında ilk 5 ülke arasında yer almasıdır ve günümüzde bu hedefini gerçekleştirmiştir. Zamanla bu hedefine giderek yaklaşım göstermektedir. Türkiye'nin hedefine ulaşmak için yaptığı çalışmalara örnek olarak sağlık bakanlığının uluslararası vatandaşların giderek hizmetlerini artırması verilebilir. Bunun yanında Sağlık bakanlığı sağlık turizmi Dairesi'nin bu vatandaşlara daimî olarak İngilizce, Almanca, Arapça ve Rusça tercümanlık hizmeti sunmasıdır. Bu hizmetin kullanıldığı alanlar ise 112 acil, 184 şikâyet hattı ve hastaneler olarak sayılabilir (Lund ve Freeston, 2001).

Jeotermal kaynak bazında Türkiye önemli bir coğrafyaya sahiptir. Jeotermal zenginlik bakımında Avrupa ülkeleri arasında birinci sırada aynı zamanda Dünyada ise ilk yedi ülkenin arasında baş göstermektedir. Türkiye'de yaklaşık 190 adet kaplıca tesis ülkenin 46 ilinde bulunmaktadır. Bu tesislerin 12 tanesi Kültür ve Turizm bakanlığı verilerine göre sağlık bakanlığınca kür merkezi şeklinde hizmet verme yetkisine ve turizm yatırım belgesine sahiptir. Yatak kapasitesi ise 2.347'dir. Ayrıca 30 tesis de ise turizm belgesine sahip toplam yatak kapasitesi 8.567'dir. Bu hizmetlerin yanında belgeli olan 156 tesisin ise yatak kapasitesi 16.000'dir. "2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu uyarınca ilan edilmiş hali hazırda hizmet sunan 34 turizm merkezi ve 1 adet Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi bulunmaktadır." Türkiye termal turizmi süre bakımından mevsimsel olarak kısıtlamak yerine yıl boyu yayma hedefine ulaşmış, tesis verimliliği, misafir kapasitesinin doluluğu ve şehir halkının istihdamı açısından başarı elde etmiştir (Şapçılar ve İlyasov, 2021).

Türkiye'nin modern sağlık turizmde ve termal turizmde gelişme potansiyelinin yüksek olmasının başlıca nedenleri Türkiye'nin tarihi, doğal kaynakları, geniş kültür yapısı ve ikliminin yanında Türk hamamı ve geleneksel kaplıca kültürünün olmasıdır (Kültür ve Turizm Bakanlığı , 2013).

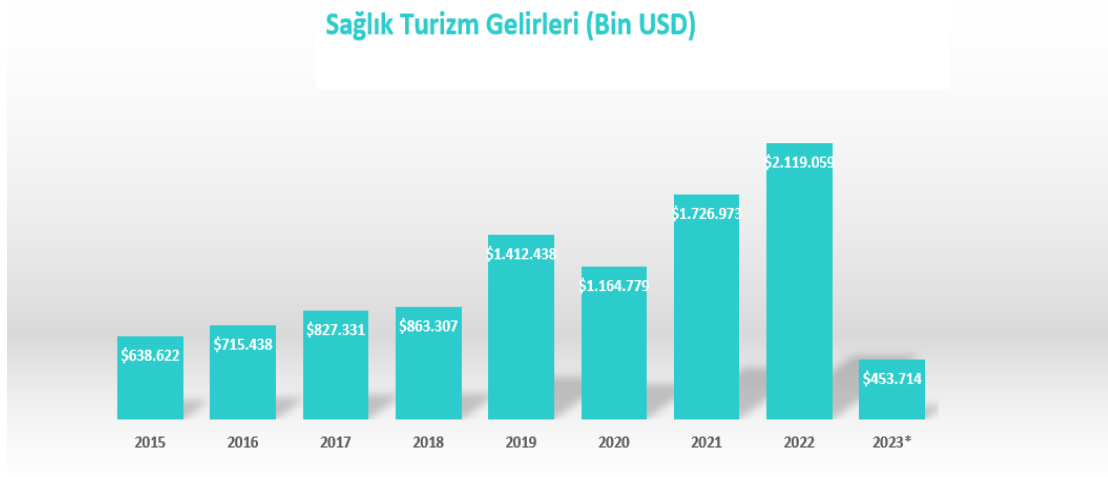
Türkiye’de termal turizm ve medikal turizm üzerinde durulmuştur. Ancak Eskişehir, Kütahya ve Afyon’da yapılan bazı çalışmalar Türkiye’nin aynı zamanda yaşlı turizminin gelişim göstermesinin hedeflendiğini ortaya çıkarmaktadır (Acar & Turan, 2016).Sağlık bakanlığı Türkiye Medikal turizmi 2012 değerlendirme raporu incelendiğinde turistlerin Türkiye de rağbet göstermesinin nedenleri uygun sağlık hizmeti, kişiye özel hizmet, kültürel açıdan zenginlik, bekleme süresinin uzun olmaması, Dünya standartları arasında kaliteli olması ve diğer hizmetler şeklindedir (Ağaoğlu ve diğerleri, 2019).



Kaynak: USHAŞ,2023

Şekil 1. Ülkemize Gelen Sağlık Turist Sayıları

Yukarıdaki Şekil 1.’de görüldüğü gibi ülkemize gelen sağlık turistleri 2015’den 2022 yılına kadar hızlı artış göstermiştir. 2019 yılında ülkemize gelen turist sayısı 395.019 iken 2022 yılında 1.258.382 olmuştur.2020 yılında gelen turistlerin düşüş göstermelerinin sebebi ise tüm dünyanın yaşadığı COVID-19 felaketidir.



Kaynak: USHAŞ,2023

Şekil 2. 2005-2010 Sağlık Turizmi Gelirleri

Şekil 2’de 2015 yılından 2022 yılına kadar ülkemize gelen yabancı ve yurtdışında ikamet eden vatandaşlarımızın ülkemizi ziyaretleri sonucu elde edilen turizm gelirleri gösterilmiştir. 2015 yılında elde edilen yabancı ziyaretçi ve yurt dışında ikamet eden vatandaş ziyaretçilerinden elde edilen turizm geliri \$638.622 iken bu gelir 2022 yılında \$2.119.059 tutarına ulaşmıştır. 2020 yılında yaşanan düşüş tüm dünyanın yaşadığı Covid-19 felaketidir.2023 yılının ilk çeyreğinde ise \$453.714 olmuştur.

Türkiye’ye gelen sağlık turistlerinin aldığı sağlık hizmetleri başında ise: kadın hastalıkları, iç hastalıkları, göz, biyokimya, genel cerrahi, diş, ortopedi ve travmatoloji, enfeksiyon ve kulak burun boğaz hastalıkları gelmektedir (USHAŞ, 2023).

Türkiye’deki sağlık turizmi için birçok çalışma ve SWOT analizleri vardır. SWOT analizi, çalışılan alanın güçlü, zayıf yönlerini, fırsat ve tehditlerini belirleyerek alana katkı sağlayan ve çok kullanılan bir modeldir. Türkiye için yapılan SWOT analizi sonuçları Gülmez (2012) çalışmasında şu şekilde verilmiştir (Gülmez, 2012).

Güçlü Yönleri:

- ✓ Devlet desteğinin sektöre katkısı
- ✓ Maliyet avantajı
- ✓ Sağlık turizmi harici Turizm faaliyetlerinin avantajları

- ✓ Kaliteli hizmet algısı
- ✓ Gelişmiş ulaşım imkanları
- ✓ Coğrafi konumu
- ✓ Hastanelerdeki uzman hekim ve teknolojik alt yapı

(Gülmez, 2012).

Zayıf Yönleri

- ✓ Uzman hekim sayısı eksikliği
- ✓ Yeterli reklam ve pazarlamanın yapılmaması
- ✓ Bazı Asya ülkelerine kıyasla fiyat dezavantajı
- ✓ Sağlık personelinin alan bilgi yetersizlikleri
- ✓ Sağlık turizminde yasal ve mevzuat yönünden eksiklerin olması
- ✓ JCI akreditasyonu olan sağlık kuruluşlarının sayılarını azlığı
- ✓ Sivil toplum kuruluşları, kamu ve özel sektör arasındaki koordinasyon eksikliği
- ✓ Modern dijital pazarlama konusunda eksik olunması

(Gülmez, 2012).

Fırsatlar

- ✓ Coğrafi konumundan dolayı gelişen terör tehditleri
- ✓ Hasta mahremiyeti ve tıbbi hata durumlarında yasal uygulamaların olmaması
- ✓ Sektörün küresel tehditlerden kolay etkilenmesi
- ✓ Sağlık personellerinin uluslararası eğitimlerinin olması
- ✓ Rakip ülkelerin Asya ve Orta Doğu olması

(Gülmez, 2012).

Tehditler

- ✓ İnternet ağının yaygın kullanıyor olması
- ✓ Yaşlı nüfusunun dünya genelinde hızla artması

- ✓ Ulaşımın uçak yolu ile kolay yapılabilmesi
- ✓ Tercihin estetik operasyonlara kayması
- ✓ Genç ve eğitimli nüfusun artması
- ✓ Gelişmiş ülkelerdeki sigorta içeriklerinin sınırlı olması

Yukarıda belirtilen SWOT analizinde Türkiye'nin en öncelikli sıkıntısının reklam ve pazarlama olduğunu, sağlık turizmi için uzman hekimlerin sayısını arttırması, mevzuattaki eksiklerini gidermesi ve paydaşlarla koordineli bir şekilde ve etkin çalışmalar yapması gerektiği açıkça görülmektedir (Gülmez, 2012).

USHAŞ (Uluslararası Sağlık Hizmetleri Anonim Şirketleri) 'tan alınan verilere göre 2023 Sağlık Turizmi hedefleri şu şekilde sıralanabilir:

- Türkiye'nin reklam ve pazarlama faaliyetlerini hedef pazara göre stratejik olarak belirlenmesi,
- Modern tanı merkezleri ve hastaneleri hedef ülkelerde de açılması,
- Yurtdışı sigorta şirketleri ve kurumları ile sözleşmeler yapılması,
- Sağlık Turizmi Web portalının reklamının etkin şekilde yapılması ve uzman ellerde yürütülmesini sağlamak,
- Şehir hastaneleri ve kamu hastanelerinin reklam ve arabulucu uygulamalarının oluşturulup ivedilikle uygulamaya geçilmesi,
- Sağlık turizminde hizmet faaliyetlerinin standartlarının düzenlenip yenilenmesi,
- Sağlık turizmi konusundaki tüm uygulama ve bilgilerin (denetim, kayıt, teşvik, istatistik, yetkilendirme, şikayetler gibi) bir merkez (USHAŞ) tarafından düzenlenmesi,
- Sağlık turistlerinin memnuniyet ve şikayetlerinin takibi için teknik altyapının oluşturulması,
- Hızla gelişen geriatri turizmi için yaşlı bakım köyleri ve kür merkezleri kurulması için koordineli projelerin yürütülmesi, pilot projelerin aktive edilmesi,
- Termal turizm için işletmelerin arttırılması (USHAŞ, 2023).
- Troya, Frigya ve Afrodasya 'nın termal ve kültürel turizm için geliştirilip ilişkilendirilmesi
- Jeotermal bulunan bölgelerin genişletilip düzenlenerek termal turizm alanında Avrupa'da

birinci sıraya yerleşmek,

- Aynı zamanda bu alanlara yatırımcıları çekmek için çalışmaların yapılması şeklindedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007).

Belirlenen hedefler dahilinde pazardaki hedef ülkeler: Almanya, İngiltere, Bulgaristan, Bosna Hersek, Kosova, Sırbistan, Romanya, Ukrayna, Rusya, Türkmenistan, Kırgızistan, Kazakistan, Azerbaycan, Özbekistan, Gürcistan Pakistan, Irak, Afganistan, Kuveyt, Katar, Cezayir, Fas, Bahreyn, Sudan, Cibuti, Senegal, Somali, Nijerya ve Moritanya olarak sayılabilir (USHAŞ, 2023).

2.7.3. Kuşadası'nda Sağlık Turizmi Mevcut Durumu

Türkiye'de İstanbul dışında turistik ziyaretçi alan ilk yerlerden biri de Aydın/Kuşadası ilçesidir. Konumu itibarıyla Efes Anti Kenti ile Meryem Ana Evi'ne yakınlığı ile tercih sebebidir. Deniz, kum ve güneş sunan ilçe bunun yanında kültür ve sağlık alanlarında da alternatiflere sahiptir. Hızla gelişen sağlık turizminde yer almak için Aydın Adnan Menderes Üniversitesi ile iş birliği içinde çalışmalar yapmaktadır (Tuna ve diğerleri, 2017).

Kuşadası ilçesi tarihi ile kültürel bir mirastır. Aydın iline 71 km uzaklıkta bulunan Kuşadası, turizm açısından Türkiye'nin önemli merkezlerinden biridir. Kent, Kuşadası körfezinin doğu ve güneydoğusundaki kıyı ovasıyla, alçak yaylanın gerisinde yer alır. Doğu ve güneyi dağlarla çevrilidir. Güvercin Ada'nın önünde konumlan ilçe adını buradan almıştır. Kuşadası, Selçuk ve Pamucak'ın kuzeyinde, Dilek yarımadası ile ise güneyde sınırlanmıştır. Bölge, Efes, Meryemana, Milet, Didim, Pamukkale, Marmaris ve Bodrum gibi önemli turistik merkezlerin yakınında yer almaktadır (KUTO,2022).

Kuşadası, yat limanı, plajlar, oteller, motel, kamping alanları ve eğlence mekanlarıyla özellikle yaz aylarında canlı ve renkli bir yaşantı sunmaktadır. İlçede Çıban (Yavansu) kaplıcası, Venüs, Güzelçamlı ve Davutlar kaplıcaları, Aslanlı ve Zeus mağaraları, Dilek Yarımadası Milli Parkı ve içinde bulunan koylar ve içmeler, bahar, yaz ve sonbahar aylarında yerli ve yabancı turistleri ağırlamaktadır (Aydın İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2023).

Kuşadası'nı çevreleyen Tavşan Adası, Su Adası ve Sandal Adası gibi adalar denizden keşfedilebilmektedir. Kent, çeşitli dönemlere ait yerleşimlerden oluşmaktadır. İlk yerleşim olan Neopolis, İonyalılar tarafından kentin yakınlarındaki "Yılancı Burnu" olarak bilinen yerde kurulmuştur. Orta çağda, deniz ulaşımının zorluğu nedeniyle yerleşim Skala Nova adlı kente, yani günümüz Kuşadası'na kaymıştır (Aydın İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2023).

Kuşadası, marinası ve limanıyla yatlar ve tur gemileri için ideal bir konaklama ve alışveriş bölgesidir. 350 yat kapasiteli yat limanı ve turist gemilerinin yanaşabileceği iskeleleriyle Türkiye'nin ikinci önemli deniz kapısıdır. Yat limanından Sisam adasına düzenli yolcu seferleri yapılmaktadır. Limanda ayrıca sürekli sefer yapan yolcu motorları ve Mavi Tur için bekleyen yatlar ve tekneler bulunmaktadır (KUTO,2022).

Kuşadası Efes Kongre Merkezi (KOMER), Aydın Valiliği ve Türsab'ın büyük ortaklığıyla yapılmış olan Avrupa'nın en büyük kongre merkezlerinden biridir. Merkez, 10.000 kişinin aynı anda etkinlik yapabileceği 6 salon ve teşhir merkezlerine sahiptir. Bu merkez, Aydın'ı önemli bir kongre merkezi haline getirmekte ve aynı zamanda ülkedeki kongre turizmini geliştirmeye katkı sağlamaktadır (KUTO,2022).

İlçe sağlık turizmi açısından büyük öneme sahip termal su kaynakları ile de etkin bir bölgedir. İlçe 2023 Turizm Stratejisi ve Eylem Planı kapsamında Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından hazırlanan planın bir parçası haline gelmiştir ve termal kaynaklar ile sağlık turizminin geliştirilmesi için gelecek vadeden bir konumdadır. Termal Kompleks Kür Merkezi Kür Parkı Termal Otel 12 ay boyunca hizmet veren, misafirlerinin 12-21 gün aralığında tedavi ve dinlenme amacıyla kalmasına imkân tanıyan, standartlarının yıldızlarla belirlendiği otellerdir. Termal suyun özelliği açısından kuru ve ıslak mekanlarda tamamlayıcı ve destekleyici, alternatif tedavi ve rehabilitasyon imkanları sunar. Rekreatif alanları ise çeşitli tesisler, açık ve kapalı yüzme havuzları, farklı spor, yürüyüş ve oyun alanları, parklar ve bahçeler, eğlence merkezleri içeren tesislerdir. Kuşadası, Dalaman ve Adnan Menderes havalimanlarına olan yakınlığı nedeniyle ulaşım avantajı sağlar. Mayıs-Kasım aylarında deniz sıcaklığı ortalaması 19,1°C'dir. İklim koşullarının uygunluğu sebebiyle turizm faaliyetleri açısından önemli bir merkezdir (Köksal, 1988).

Tablo 6. Sağlık bakanlığı izinli Kuşadası termal turizm merkezleri

İşletmenin Adı	İzin Türü Oda	Oda / Yatak Sayısı	İlçe/Belde
Natur-Med Doğal Tedavi ve Kaplıca Kür Otel	Sağlık Bakanlığı Kaplıca İşletme İzni	65/140	Kuşadası-Davutlar
Radon Termal Kaplıca Kür Merkezi	Sağlık Bakanlığı Kaplıca İşletme İzni	8/20	Kuşadası-Davutlar

Not: Tablo incelenirken belediye belgeli işletmeler ölçüme dahil edilmemiştir (Aksu & Aktuğ, 2011).

Kuşadası Davutlar bölgesinde işletme izni sağlık bakanlığı tarafından verilen 2 otel bulunmaktadır. Bu oteller 73 oda ve 160 yatak kapasitesine sahiptir. Bu otellerin her ikisi de 12 ay turistlerin kullanımına açıktır.

Davutlar, aynı zamanda 6 adet termal kuyu ve işletme sahasına sahip bir bölgedir. İlçede, belediyeye ait iki termal kuyu ve iki Jeotermal Kaynaklar ve Doğal Mineralli Sular İşletme Ruhsatlı saha bulunmaktadır. Termal suyun sıcaklığı 58 derecedir. Bu kuyulardan biri 5 yıldızlı Asayra Termal Otel'e, diğeri ise Gümüş Apart Termal Otel'e su sağlamak amacıyla kullanılmaktadır. Diğer kuyu ve işletme sahası ise 250 metre derinlikte ve 42 derece sıcaklıktadır. Bu kuyudan ise 5 yıldızlı Natur-Med Termal ve Sağlık Kür merkezine su verilmektedir. İlçede özel sektöre ait dört adet termal kuyu ve işletme sahası bulunmaktadır. Bunlardan biri Rodan Termal Tesisleri olup, günübirlik kullanılan bir tesistir. Kendi kuyusu bulunmakta ve su sıcaklığı 42 derecedir. Kuyunun derinliği ise 200 metredir. Diğer işletmelere ait termal kuyular ise yaşlı bakım ve huzur evi, tarım (seracılık) ve balık yetiştiriciliği amaçlarıyla kullanılmak üzere çalışmalara başlanmıştır (Bostan, 2020).

Yapılan araştırmalarda Kuşadası limanı/portu gemi seyahatlerine olanak sağlaması sebebiyle geriatri turizminin odak noktalarından birisi olabilir. Yaşlı nüfusun artması, sağlık turizmini ve bakım hizmetlerine olan talebi arttırmaktadır (Tengilimoğlu, 2005).

Kuşadası'nın geriatri turizminde tercih edilmesinin sebeplerini listeleyecek olursak (İyem ve İslamoğlu, 2021);

- Artan yaşam kalitesi,
- Geleneksel tedavi yöntemleri,
- Tamamlayıcı ve alternatif tıp uygulamaları,
- Uygun fiyatlı ve hijyenik rehabilitasyon ortamı,

- Bireysel fiziksel aktivite ve sosyal etkinlikler,
- Sosyal hizmet ve düşük maliyet tercih sebeplerinin arasındadır.

Covid-19 pandemisi sonrası süreçte sağlanan bu imkân ve özellikler geleceğe yönelik bakıldığında da artarak devam eden bir sağlık turizmini işaret etmektedir (İyem ve İslamoğlu, 2021).

Tablo 7. Kuşadası’nda Hizmet Veren Geriatri Merkezleri

1	Dr. Murat ULUSOY Muayenehanesi (Hipnoz)
2	Uzm. Dr. Zafer BUDAK Muayenehanesi (Akupunktur, Ozon)
3	Dr. Ruhi GÜNDÜZ Muayenehanesi (Akupunktur, Ozon, Mezoterapi, Kupa)
4	Dr. Derya ATTİLA Muayenehanesi (Akupunktur, Hipnoz, Kupa, Ozon, Mezoterapi)
5	Uzm. Dr. Olcay ULUSOY Muayenehanesi (Mezoterapi, Ozon, Kupa)
6	Özel Medlife Polikliniği (Mezoterapi, Ozon)
7	Özel İra Polikliniği (Akupunktur, Mezoterapi, Proloterapi)
8	Özel Gözde Kuşadası Hastanesi (Fitoterapi, Mezoterapi, Ozon)

Kaynak: (T.C. Sağlık Bakanlığı Aydın İl Sağlık Müdürlüğü, 2022)

Yukarıdaki tabloda görüldüğü üzere Kuşadası’nda hizmet veren 8 adet Geriatri merkezi bulunmaktadır. Bunlardan 5 tanesi doktorların özel muayenehaneleri olurken 2 si özel poliklinik, 1 tanesi ise özel hastanede hizmete sunulmaktadır.

Tablo 8. Kuşadası’ndaki Sağlık Turizmi Yetki Belgesine Sahip Seyahat Acenteleri

No	Sağlık Turizmi Yetki Belgesine Sahip Seyahat Acenteleri
1	GDW Health Travel Tourism Agency
2	Arrive Turizm Seyahat Acentası
3	Bulut Brothers Turizm Seyahat Acentası
4	Ephesus Marine Aesthetic Turizm
5	Get Slim Turizm Seyahat Acentası
6	Heal Chain Travel
7	Health Mia Seyahat
8	Murat Aktaş Health Center Travel
9	Okkıran Turizm Seyahat Acentası
10	Pureada Turizm
11	Tm Tour Medical Turizm

Kaynak: (T.C. Sağlık Bakanlığı Aydın İl Sağlık Müdürlüğü, 2022)

8 numaralı tabloda görüldüğü üzere Kuşadası ilçesinde hizmet veren 11 adet sağlık turizmi belgeli seyahat acentesi bulunmaktadır.

Tablo 9. Kuşadası’ndaki İşletme Belgeli Tesisler

No	Tesis Adı	Türü		Kapasite (Yatak Sayısı)
1	Kuştur Tatil Köyü	5 Yıldız	Tatil Köyü	952
2	Pine Bay Holiday Resort Tatil Köyü	5 Yıldız	Tatil Köyü	1342
3	Risus Aqua Beach Resort Hotel	5 Yıldız	Tatil Köyü	178
Toplam Kapasite				2472
1	Charisma De Luxe Hotel	5 Yıldız	Otel	436
2	Fantasia Hotel De Luxe	5 Yıldız	Otel	670
3	Flora Garden Ephesus Hotel	5 Yıldız	Otel	482
4	Grand Belish Hotel	5 Yıldız	Otel	356
5	Infinity By Yelken	5 Yıldız	Otel	750
6	Korumar Hotel De Luxe Otel	5 Yıldız	Otel	546
7	Ladonia Adakule Hotels	5 Yıldız	Otel	658
8	Le Blue Hotels & Resort	5 Yıldız	Otel	528
9	Otium Sealight Resort Hotel	5 Yıldız	Otel	932
10	Palmwing Beach Resort & SPA	5 Yıldız	Otel	738
11	Ramada Resort Kuşadası	5 Yıldız	Otel	648
12	Seven Seas Sealight Elite Hotel	5 Yıldız	Otel	784
13	Tusan Beach Resort Otel	5 Yıldız	Otel	764
Toplam Kapasite				8292
1	Akbulut Otel	4 Yıldız	Otel	164
2	Arora Otel	4 Yıldız	Otel	184
3	Batıhan Beach Resort & SPA Otel	4 Yıldız	Otel	680
4	Balmare Hotel	4 Yıldız	Otel	182
5	By Karaaslan Inn	4 Yıldız	Otel	130
6	Comfort Ada Class Otel	4 Yıldız	Otel	176
7	Dabaklar Otel	4 Yıldız	Otel	162
8	Derici Otel	4 Yıldız	Otel	174
9	Faustina Otel	4 Yıldız	Otel	128
10	Hotel Ephesia	4 Yıldız	Otel	570
11	Ephesia Holiday Beach Club Otel	4 Yıldız	Otel	964
12	İlayda Avantgarde Hotel	4 Yıldız	Otel	170
13	Kismet Otel	4 Yıldız	Otel	166
14	Marbel Hotel By Palmwings	4 Yıldız	Otel	210
15	Marina Otel	4 Yıldız	Otel	210
16	Ömer Holiday Resort Otel	4 Yıldız	Otel	562
17	Palm Otel	4 Yıldız	Otel	148
18	Palmin Otel	4 Yıldız	Otel	312
19	Ramada Otel & Suites Apart	4 Yıldız	Otel	348

Tablo 9. Kuşadası’ndaki İşletme Belgeli Tesisler (devamı)

20	Sealight Family Club	4 Yıldız	Otel	226
21	Sentinus Otel	4 Yıldız	Otel	192
22	The Grand Blue Sky Otel	4 Yıldız	Otel	650
Toplam Kapasite				6708
1	Albora Otel	3 Yıldız	Otel	102
2	Asena Otel	3 Yıldız	Otel	206
3	Çidihan Otel	3 Yıldız	Otel	116
4	Efe Otel	3 Yıldız	Otel	80
5	Ege Golf Hotel Kuşadası International Golf	3 Yıldız	Otel	20
6	Esat Otel	3 Yıldız	Otel	150
7	Maia Beach Hotel	3 Yıldız	Otel	88
8	Martı Beach Otel	3 Yıldız	Otel	206
9	Pigale Beach Resort	3 Yıldız	Otel	258
10	Risus Garden Marina Hotel	3 Yıldız	Otel	84
11	Surtel Otel	3 Yıldız	Otel	188
Toplam Kapasite				1498
1	İlayda Otel	2 Yıldız	Otel	80
2	Melike Otel	2 Yıldız	Otel	144
3	Öz-Ka Otel	2 Yıldız	Otel	124
4	Satürn Otel	2 Yıldız	Otel	80
5	Seçkin Ak Otel	2 Yıldız	Otel	52
Toplam Kapasite				480
1	Gümüş Apart Otel	-	Apart Otel	48
2	Pine Club Apart Otel	-	Apart Otel	212
3	Ramada Resort Kuşadası Otel &	5 Yıldız	Apart Otel	580
4	Ramada Otel & Suites Apart	4 Yıldız	Apart Otel	414
Toplam Kapasite				1254
1	La Vista	-	Butik Otel	78
Toplam Kapasite				78
1	Double Tree By Hilton		Özel Tesis	174
2	Sentido Marina Suits		Özel Tesis	216
Toplam Kapasite				390

Kaynak: (T.C.Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2022)

Tablo 9’den görüldüğü üzere Kuşadası’nda faaliyet gösteren 13 adet 5 yıldızlı otel işletmesi, 22 tane 4 yıldızlı otel işletmesi, 11 tane 3 yıldızlı otel işletmesi, 5 tane 2 yıldızlı otel işletmesi, 4 tane apart otel işletmesi ve 2 tane de özel tesis bulunmaktadır.

Yukarıdaki tablo ve bilgilerden de anlaşılacağı üzere Kuşadası ilçesi hem coğrafi yapısı hem kültür açısından donanımı hem de otel ve acentelerin çeşitliliği ve kapasitesi bakımından sağlık turizmi için oldukça elverişli bir bölgedir.

3. GEREÇ VE YÖNTEM

3.1. Gereç

Dünya Ekonomik Forumu (WEF), 2019 Seyahat ve Turizm Rekabet Endeksi'ne göre 140 ülkenin içinden ilk 10'da yer alan ülkeler sırasıyla İspanya, Fransa, Almanya, Japonya, Amerika Birleşik Devletleri, Birleşik Krallık, Avustralya, İtalya, Kanada ve İsviçre şeklindedir. 'Bu sıralamada Türkiye 43. sırada yer almaktadır ve daha üst sıralara gelebilmesi için alternatif turizm ve tüm yılı kapsayan turizm potansiyeline gereksinimi vardır (Bostan, 2020).

Sağlık Turizmi ise alternatif turizm alanında hızla gelişmekte ve potansiyeli çok yüksek bir alandır. Gelişen dünyada teknolojinin ilerlemesiyle birlikte kolaylıkların sağlanması insanların uzun yaşam taleplerini arttırmıştır. Yaşam süreleri uzayan insanların ihtiyaçları ve beklentileri de aynı oranda değişmiş ve farklılaşmıştır. Artık insanlar uzayan yaşamlarının aynı zamanda da sağlıklı geçmesini istemektedirler (Yalçın, 2013). Bu doğrultuda ve yapılan araştırmalarda görülmektedir ki sağlık turizmi gelecekte en çok yatırımın yapılacağı bir alan haline geleceği öngörülmektedir.

Türkiye'de bu pazardaki payını önemli ölçüde arttırmayı hedeflemektedir. Bu anlamda geliştirilen teşvik ve yatırımlar sağlık turizminin gelişmesine katkı sağlamıştır. Aynı zamanda hedef pazar araştırmaları ve bu konuda farkındalığı arttırmak adına yapılan araştırma ve projelerle ülkemizin sağlık turizmi konusunda bilinçlenmesi, potansiyelini fark etmesi, gerekli kurum ve kuruluşlarla desteklenebilmesi ve yapılabilecek yeni proje ve düzenlemelere olanak sağlanması hedeflenmiştir (Yalçın, 2013).

Bu aşamada Kuşadası'nın zengin kaynakları, alt yapısı, havası, bulunduğu konum, turistler tarafından talep görmesi, hava limanlarına ve önemli turistik bölgelere yakınlığı göz önünde bulundurulduğunda sağlık turizmi açısından gelecek vaat eden bir merkez olduğu ortaya konmuştur.

Çalışma aynı zamanda Kuşadası'nda faaliyet gösteren otel işletmeleri ve seyahat acenteleri açısından da sağlık turizmi farkındalığı yaratmıştır. Otel ve seyahat acentelerinin

karşılaştıkları sorunlar ortaya konmuş, rakipleri ile ilişkileri, dünyada yapılan gelişim ve uygulamaları takip etmeleri irdelenmiş ve iş birliği bilincinin artması ve sağlık turizminin daha iyi anlaşılması sağlanmıştır.

Araştırmanın literatür taraması yapıldığında ise; Kuşadası'nda Faaliyette Bulunan Otel İşletmelerinde ve Seyahat Acentelerinde Sağlık Turizmi Farkındalığı konusunda yapılan çok fazla araştırma olmadığı gözlemlenmiş ve bu nedenle bu araştırmanın, literatürdeki önemli bir boşluğu dolduracağı, gelecekte yapılacak olan çalışmalara ışık tutacağı ve ayrıca Kuşadası'nda faaliyette bulunan otel işletmeleri ve seyahat acenteleri için de sağlık turizmi alanında farkındalıklarının arttıracığı öngörülmektedir.

3.2.Yöntem

Bu çalışmada nitel veri toplama yöntemlerinden biri olan yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Nitel araştırmalar genellikle sürece odaklanırken ürünler veya çıktılarla ilgilenmez. Bu nedenle, nitel araştırmalarda anlamlar büyük önem taşır. Yarı yapılandırılmış görüşmeler, belirli bir düzeyde standartlaştırılmış olmaları ve aynı zamanda esneklik sunmaları sayesinde tercih edilmektedir. Bu yöntem, yazılı veya doldurulması gereken testler ve anketlerdeki sınırlamaları ortadan kaldırarak araştırmacılara derinlemesine bilgi sağlamada yardımcı olur. Yarı yapılandırılmış görüşmeler tamamen yapılandırılmış görüşmeler kadar katı değildir, ancak yapılandırılmamış görüşmeler kadar da esnek değildir. Bu nedenle araştırmacılar, bu yöntemin sağladığı esneklikten dolayı yarı yapılandırılmış görüşme tekniğini sıklıkla tercih etmektedir (Altunay ve diğerleri, 2014).

Kuşadası'nda faaliyet gösteren 10 adet 5 yıldızlı otel işletmesi, 8 adet A sınıfı sağlık turizmi yetki belgesi olmayan seyahat acentesi ve 8 adet sağlık turizmi yetki belgesi bulunan seyahat acente yetkilileri ile sağlık turizmi farkındalığı konusunda araştırmacının hazırladığı uzmanlardan görüş alınarak hazırlanan yarı yapılandırılmış sorular ile nitel araştırma yöntemlerinden derinlemesine görüşme tekniği kullanılarak yeterli sayıda görüşmeler yapılmıştır. Görüşmelerden elde edilen veriler toplandıktan sonra bulgular analiz edilerek yorumlanmıştır.

Görüşme yapılmadan önce görüşmenin yapılacağı kurum veya kişilerden randevu alınıp yer ve zaman önceden belirlenmiş ve kişilerin daha uygun oldukları ve kendilerini iyi hissedecekleri mekân ve vakit belirlenmiştir. Görüşme soruları önceden belirlenmiş olup uzman görüşü alındıktan sonra kişilere yöneltilmiştir. Görüşmeler sonucunda toplanan veriler ise nitel araştırma yöntemlerinde en çok kullanılan veri analiz yöntemlerinden içerik analizi yöntemiyle değerlendirilmiştir.

Araştırmalarda kullanılan içerik analizi araştırılan konuyla ilgili akademik çalışmalara rehberlik eder ve araştırılan konudaki başlıca eğilimleri belirler. Bu tür bir analiz, sosyal bilimlerde betimsel içerik analizi olarak kullanılmaktadır. İçerik analizinin aşamaları 6 maddede özetlenebilir (Olgun, 2012).

Bu adımlar, içerik analizi sürecinin önemli aşamalarını temsil etmektedir. İlk olarak, araştırma problemini belirleyerek çalışmanın odak noktası tanımlanır. Ardından, araştırma evrenini ve örnekleme yöntemlerini belirleyerek veri toplamaya başlanır. Daha sonra, analiz yapacağımız öğeleri tanımlamak için belirli kategoriler oluşturulur. Kodlama cetveli, verileri sistematik bir şekilde kodlamak için kullanılır. Cetvelin doğruluğu test edilir ve güvenilirliği ölçülür. Son olarak, veriler girilir, analiz edilir ve sonuçlar yorumlanır (Olgun, 2012).

Bu süreç, içerik analizi çalışmalarının temel adımlarını içermekte ve araştırmacılara sistematik bir yaklaşım sağlamaktadır. Ayrıca içerik analizinin bir diğer önemli özelliği ise tarafsız ve sistematik olmasıdır. Her ne kadar zaman alan bir yöntem olsa da verilerin sonuçlarının güvenilirliği ve tarafsız olması açısından önemlidir (Koçak ve Özgür, 2006). Bu çalışmada da Kuşadası'nda faaliyet gösteren 10 otel işletmesi, 8 sağlık turizmi yetki belgeli seyahat acentesi ve 8 adet A grubu seyahat acentesi yetkililerine yöneltilen yarı yapılandırılmış sorular neticesinde alınan veriler toplandıktan sonra içerik analizi yöntemiyle incelenip yorumlanmıştır.

Bu çalışma bulgularını elde etmek için Kuşadası'nda faaliyet gösteren 5 yıldızlı otel işletmeleri, sağlık turizmi yetki belgesi olan seyahat acenteleri ve A sınıfı seyahat acenteleri yetkilileri ile sağlık turizmi farkındalığı konusunda görüşmeler yapılmıştır. Çalışmadaki sınırlılığı Kuşadası ilçesindeki otel işletmeleri ve seyahat acenteleri oluşturmaktadır. Bunun nedeni ise araştırma için toplanacak olan verilere ulaşma kolaylığı ve sağlık turizmi uygulayabilecek donanıma sahip kurum veya kuruluşlara ulaşarak araştırmanın amacına daha hızlı ve daha etkili katkı sağlamaktır.

Bu araştırmada belirlenen varsayımlar şu şekildedir;

- Kuşadası'nda faaliyet gösteren 10 adet 5 yıldışlı otel işletmesi, 8 adet A sınıfı sağlık turizmi yetki belgesi olmayan seyahat acentesi ve 8 adet sağlık turizmi yetki belgesi bulunan seyahat acente yetkilileri ile sağlık turizmi farkındalığı konusunda araştırmacının hazırladığı uzmanlardan görüş alınarak hazırlanan yarı yapılandırılmış sorular ile nitel araştırma yöntemlerinden derinlemesine görüşme tekniği kullanılarak yapılan görüşmeler yeterlidir.

- Otel işletmeleri ve acente yetkililerine sorulan yarı yapılandırılmış görüşme soruları katılımcılar tarafından tam olarak anlaşılmıştır.

- Araştırmaya katılan katılımcıların her biri görüşme sorularına tüm itenlikleri ve drştlkleri ile yanıt vermişlerdir.

Örneklem araştırma için belirlenen topluluğun tümünden veri toplamanın mümkün olmadığı durumlarda kullanılan bir yöntemdir. Nicel araştırmalarda tme varım ve çoğunluk vurgusu üzerinde durulurken nitel araştırmalar belirli bir örneklemenin detaylarına odaklanır. Nitel araştırmalarda, araştırmacı araştırılan konunun detaylandırılmasına ve sorun çözümüne en iyi katkıyı sunacak örneklem gruplarına ulaşmaya çalışır. Farklı rnekleme biçimleri nitel araştırmalarda kullanılabilir, ancak genellikle araştırmacı, veri topladığı alanı iyi tanımak durumundadır (Baltacı, 2019).

Nitel araştırmalar genellikle küçük gruplar ve sınırlı sayıdaki örneklem üzerinde yürütülür. Bu tür araştırmalar, veri kalitesini artırmak için zaman zaman aynı örneklem grubu üzerinde tekrarlanabilir ve daha fazla detaya ulaşma imkânı sağlar. Örneklem seçimindeki önemli etkilerden diğeri ise araştırmacının kaynak sınırlılığıdır. Zaman ve maddi imkanları kısıtlı olan bir araştırmacı, uzun süreli nitel çalışmalar yürütme olasılığı olmadığından, farklı örnekler ve kaynakları kullanarak problemi çözmeye çalışabilir. Bu nedenle, nitel araştırmalarda örneklem seçimi araştırmacının alana hâkim olmasını gerektirir ve araştırma problemini en iyi şekilde çözecek örneklem gruplarına odaklanır. Araştırmacılar, mevcut kaynakları ve sınırlılıkları dikkate alarak farklı örneklem stratejileri kullanabilirler (Baltacı, 2019).

Genel anlamda nicel çalışmalarda veri analizi, güvenirlilik ve geçerlilik gibi araştırma prensipleri sayısal olarak tablolaştırılarak tespit edilmektedir. Nitel çalışmalarda ise bu durum farklılık göstermektedir ve tespitleri yapmak daha güçtür. Bilimsel çalışmalarda inandırıcılık

oldukça önemlidir. Nitel çalışmalarda inandırıcılık belirtilirken araştırmacı bu süreci iyi yönetmelidir. Araştırma için toplanan veriler net ve tüm detaylarıyla raporlanmalı ve örneklem doğru belirlenmelidir (Başkale, 2016).

Bu araştırmada örneklem yöntemi olarak tesadüfi olmayan örneklem yöntemlerinden uygun veya elverişlilik örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Araştırmacının bu örnekleme seçmesindeki amaç araştırmaya hız kazandırmaktır. Çünkü bu sayede araştırmacı, kendisine yakın ve erişilmesi mümkün olan örnekleme seçebilmektedir (Kılıç, 2013). Aynı zamanda zamansal, maddi ve işgücü yönünden mevcut sınırlılıklar sebebiyle örneklemin kolay ulaşılabilir ve uygulamanın yapılabileceği kurumlardan seçilmesidir (Büyüköztürk ve diğerleri, 2012). Uygun örnekleme yönteminde, araştırmacı mevcut kaynaklarını, zamanını ve erişimini dikkate alarak çalışmalarını gerçekleştirebileceği uygun durumları seçer. Örneğin, belirli bir yerde çalışan bir araştırmacı, o yerde bulunan kişileri kolaylıkla erişebildiği için uygun örnekleme yöntemini tercih edebilir. Araştırmacılar, çeşitli nedenlerle diğer örnekleme yöntemlerini kullanamadıklarında veya zaman ve kaynak kısıtlamalarıyla karşılaştıklarında uygun örnekleme yöntemini bir seçenek olarak değerlendirebilirler (Kılıç, 2013).

Araştırmanın evreni ise 2022-2023 yılları arasında Kuşadası ilçesinde faaliyet gösteren otel işletmelerinden 10 tanesi, sağlık turizmi yetki belgesi olan 13 acenteden 6 tanesi ve A grubu 165 seyahat acentesi içerisinde 6 tanesi oluşturmaktadır. Elverişlilik örnekleme ile isteyen herkes örnekleme dâhil edilmiş, zaman ve maliyet açısından çok ekonomik olduğundan araştırmaya hız ve pratiklik kazandırılmıştır (Yazıcı ve Sözbilir, 2016). Evreni oluşturan otel işletmeleri ve seyahat acenteleri aranıp randevu alınmış ve belirlenen gün ve saatte işletmelerde görüşmeler sağlanmıştır.

Nitel araştırmalarda veri toplama aracı araştırmacının bizzat kendisidir. Araştırmacı nitel çalışmalarda en önemli öğedir. Çünkü katılımcıları belirleyen, randevu alıp onlarla görüşmeler yapan, verileri toplayan, onları tablolar haline getiren ve diğer tüm gerekenleri yapan araştırmacıdır. Bu nedenle araştırmacının iyi bir gözlemci, güvenilir ve titiz olması şarttır. Araştırmacı aynı zamanda objektif olmalıdır. Verileri toplarken kendi düşünce ve inançlarını geride bırakıp verileri o şekilde değerlendirmelidir (Tekindal ve Uğuz Arsu, 2020).

Araştırma sürecinde araştırmacı mekanı, şartları, katılımcıları en iyi şekilde özümsemeli ve bu şekilde sürece dahil olarak nitel araştırmayı gerçekleştirmelidir. Aynı zamanda araştırmacı nitel araştırmasında kaynağa ne kadar iyi özümseydiyse ve ulaşılabilirliği yüksekse elde ettiği veriler de aynı oranda doğru ve gerçekçi olacaktır. Bu sayede de araştırmacı öznel olmayı başarabilecektir (Alımanoğlu, 2023).

‘Öznellik’ kavramı her ne kadar bir araştırma için tezatlık taşısa da nitel araştırmalarda bu gereklidir. Araştırmacı yorum yapabilmeli ve araştırmaya katkı sağlayabilmelidir. Ancak bu yorumları yaparken araştırmacı katı ve önyargılı olmamalıdır. Aksine araştırma sürecine entegre olarak verileri analiz etmelidir. Bu da konuyu ve katılımcıları iyi anlamasıyla mümkün olmaktadır. Özellikle verilerin analiz edilmesi bölümünde yansız yorumlama becerisi etkin olacaktır (Şimşek ve Yıldırım , 2011).

Bu araştırmada da araştırma yapılacak otel işletmeleri ve seyahat acenteleri yerinde ziyaret edilerek araştırmacı tarafından gözlemlenmiş ve araştırmacının da objektif yorumları araştırmaya dahil edilmiştir. Aynı zamanda otel işletmeleri ve seyahat acenteleri yetkilileri ile görüşmelerde katılımcıların belirlediği ortamlar olması nedeniyle ki bu hepsinde araştırmaya dahil olan işletmeler olmuştur, katılımcılar tüm samimiyetleriyle gerçek bilgileri vererek araştırmaya katkı sağlamışlardır. Araştırmacı soruları yöneltirken katılımcıları sıkmadan soruları yöneltmiştir. Sorular için net ve gerçek cevapları alabilmek adına ise sorular sorulurken ek soru veya sorularda yer değişimi durumuna gidilmiştir. Araştırmacı aynı zamanda nitel araştırma kapsamında hazırlanan yarı yapılandırılmış soruları sormadan önce katılımcıların ve yetkili oldukları işletmelerin tüm özel bilgilerinin saklı tutulacağı ve araştırmaya eklenirken kodlama sistemi ile ekleneceği katılımcılara bildirilmiştir. Bu sayede araştırmacı ‘geçerlilik ve güvenirlik’ açısından da gerekli tutumu göstermiş olmaktadır.

Nitel araştırmalarda uygulama kısmında araştırmacı katılımcıları sıkmadan, onları rahat hissettirerek tüm samimiyetiyle sorularını yönlendirmesi çok önemlidir. Bu sayede katılımcılar da kendilerini daha rahat hissedecek ve cevaplarını da ona göre gerçekçi ve net verebileceklerdir. Araştırmacı ise uygulamadan verim alabilecektir. Araştırmacı tarafından katılımcıların bilgileri test ediliyor hissi verilmemelidir. Aksi halde katılımcı kendisini rahat hissedemeyecek ve gerçek bilgileri veremeyecektir. Katılımcılarla görüşmeler yapılırken seçilen dil ve üslup da bir o kadar önemlidir. Dilin sade, anlaşılır ve samimi olması esastır (Alımanoğlu, 2023).

Bu araştırmada da görüşme soruları araştırma konusundan ve literatür bilgisinden de yola çıkararak hazırlanmıştır. Hazırlanan sorular ise uzman görüşleri alınarak son halleri verilmiştir. Araştırmacı görüşmeleri yaparken net, anlaşılır ve samimi bir dil kullanmıştır. Katılımcıların kendilerini rahat hissetmeleri ve gerçekçi cevaplar vermeleri sağlanmıştır. Araştırmada verileri oluşturan sorular şu şekildedir:

Seyahat Acentesi – Sağlık Turizmi Belgesi Olmayan Acenteler için Sorular

- 1- Kendinizi kısaca tanıtır mısınız? (yaş/cinsiyet/eğitim (turizm eğitimi alıp almadığı) (Yalçın, 2013).
- 2- Sağlık turizmi kavramı size neyi ifade etmektedir? (Yalçın, 2013).
- 3- Sağlık turizmi belgesi almak için bir girişiminiz var mı?
- 4- Size göre sağlık turizmini diğer turizm türlerinden farklı kılan yönleri nelerdir? (Yalçın, 2013).
- 5- Sizce Sağlık turizmi açısından Kuşadası tercih edilebilir bir destinasyon mudur? Neden? Sağlık turizmi açısından Kuşadası ne türlü avantajlar sunmaktadır? (Yalçın, 2013).
- 6- Sizce Kuşadası'nda hangi sağlık turizm türleri sizce  ne çıkmaktadır. Hangileri  ne çıkarılmalıdır? Neden? (Kanıgür, 2021).
- 7- Kuşadası'nın sağlık turizmi açısından sahip olduğu olanakların yeterli olduğunu düşünüyor musunuz? (Sağlık kuruluşları, otel işletmeleri, seyahat acenteleri vb.). Sağlık turizmi açısından olanakları geliştirmek için neler yapılabilir? (Adıgüzel , 2020).
- 8- Kuşadası'nda sağlık turizminde hastaneler, yerel yönetimler, otel işletmeleri, seyahat acenteleri ve sigorta şirketleri arasındaki koordinasyon ve iletişim sizce yeterli midir? Bu konudaki önerileriniz nelerdir? (Bayar, 2019).
- 9- Kuşadası'nda sağlık turizminin geleceği hakkında düşünceleriniz nelerdir?

Seyahat Acentesi– Sağlık Turizmi Belgeli Acenteler için Sorular

- 1- Kendinizi kısaca tanıtır mısınız? (yaş/cinsiyet/eğitim (turizm eğitimi alıp almadığı) (Yalçın, 2013).
- 2- Sağlık turizmi belgenizi ne zaman aldınız? Alırken  zel bir danışmanlık hizmeti aldınız mı?

- 3- Sağlık turizmi kavramı size neyi ifade etmektedir? (Yalçın, 2013).
- 4- Size göre sağlık turizmini diğer turizm türlerinden farklı kılan yönleri nelerdir? (Yalçın, 2013).
- 5- Sizce Sağlık turizmi açısından Kuşadası tercih edilebilir bir destinasyon mudur? Neden? Sağlık turizmi açısından Kuşadası ne türlü avantajlar sunmaktadır? (Kanıgür, 2021).
- 6- Sizce Kuşadası'nda hangi sağlık turizm türleri sizce öne çıkmaktadır. Hangileri öne çıkarılmalıdır? Neden? (Kanıgür, 2021).
- 7- Hedef pazarınız kimlerden oluşmaktadır?
- 8- Sağlık turizminde karşılaştığınız sorunlar nelerdir? Misafir /hasta memnuniyetsizliklerini daha çok hangi konularda yaşıyorsunuz? (Bayar, 2019).
- 9- Kuşadası'nın sağlık turizmi açısından sahip olduğu olanakların yeterli olduğunu düşünüyor musunuz? (Sağlık kuruluşları, otel işletmeleri, seyahat acenteleri vb.) Sağlık turizmi açısından olanakları geliştirmek için neler yapılabilir? (Adıgüzel , 2020).
- 10- Kuşadası'nda sağlık turizminde hastaneler, yerel yönetimler, otel işletmeleri, seyahat acenteleri ve sigorta şirketleri arasındaki koordinasyon ve iletişim sizce yeterli midir? Bu konudaki önerileriniz nelerdir? (Bayar, 2019).

11- Kuşadası'nda sağlık turizminin geleceği hakkında düşünceleriniz nelerdir?

Otel İşletmeleri için hazırlanan Sorular:

- 1- Kendinizi kısaca tanıtır mısınız? (yaş/cinsiyet/eğitim (turizm eğitimi alıp almadığı) (Yalçın, 2013).
- 2- Sağlık turizmi kavramı size neyi ifade etmektedir?
- 3- Size göre sağlık turizmini diğer turizm türlerinden farklı kılan yönleri nelerdir? (Yalçın, 2013).
- 4- Sizce Sağlık turizmi açısından Kuşadası tercih edilebilir bir destinasyon mudur? Neden? Sağlık turizmi açısından Kuşadası ne türlü avantajlar sunmaktadır? (Kanıgür, 2021).
- 5- Otelinize sağlık turizmi için misafir gelmekte midir? Eğer geliyorsa en çok hangi ülkelerden sağlık turisti gelmektedir? (Kabukçuoğlu, 2013).
- 6- Sağlık turistlerinin ortalama kalış süresi kaç gündür? (Yalçın, 2013).

7- Kuşadası'nın sağlık turizmi açısından sahip olduğu olanakların yeterli olduğunu düşünüyor musunuz? (Sağlık kuruluşları, otel işletmeleri, seyahat acenteleri vb.). Bu olanakları geliştirmek için neler yapılabilir? (Adıgüzel , 2020).

8- Sizin oteliniz sağlık turizmi hastalarının konaklaması için elverişli şartlara sahip midir? Sahip değilse geliştirmek için neler yapılabilir?

9- Kuşadası'nda sağlık turizminin geleceği hakkında düşünceleriniz nelerdir?

Araştırma örnekleminde yer alan katılımcıların, araştırma konusuyla ilgili bilgilerini, duygularını ve düşüncelerini aktif bir şekilde ifade ettikleri veri toplama yöntemi, görüşme olarak adlandırılır. Görüşme, araştırmacının katılımcılarla etkileşim içinde olduğu ve onlardan ayrıntılı bilgileri elde etmeye yönelik bir süreçtir. Araştırılan konuyla ilgili derinlemesine anlayış sağlamak ve katılımcıların deneyimlerini ve bakış açılarını daha iyi kavramak için kullanılır. Görüşme, araştırmacının sorularıyla katılımcıları teşvik etmesi, onları özgürce ifade etmeleri için bir ortam sağlaması ve katılımcıların içsel dünyalarını, duygularını ve düşüncelerini açıklamalarını teşvik etmesi açısından önemlidir (Bengtsson, 2016).

Görüşme yöntemi, gözlemlenemeyen ve derinlemesine anlaşılması gereken bilgilere ulaşmak için etkili bir araçtır. Araştırmacı, katılımcılarla birebir iletişim kurarak onların yaşadıklarını, deneyimlerini ve düşüncelerini doğrudan dinleyebilir. Bu sayede araştırmacı, katılımcıların özgün bakış açılarını ve iç dünyalarını daha iyi anlayabilir ve araştırmanın amacına yönelik bilgileri elde edebilir (Seidman, 2006).

Görüşme teknikleri arasında yapılandırılmış, yarı yapılandırılmış, yapılandırılmamış ve odak grup görüşmesi gibi farklı yöntemler bulunmaktadır. Hangi yöntem kullanılırsa kullanılsın, araştırmacının başarılı bir görüşme yapabilmesi için araştırdığı konunun teorik çerçevesini iyi anlaması ve görüşme öncesinde iyi bir şekilde hazırlık yapması gerekmektedir. Görüşme öncesinde belirlenen amaçlar ve araştırma soruları temel alınarak bir görüşme planı hazırlanmalıdır. Bu plan, görüşme sürecinde izlenecek adımları, sorulacak soruları ve olası tepkileri içermelidir. Görüşme formunun düzgün bir şekilde hazırlanması da önemlidir çünkü bu form, araştırmacının görüşme sırasında konuyu etkili bir şekilde ele almasına ve önemli noktaları not almasına yardımcı olur. Görüşme öncesi hazırlık, araştırmacının güvenilirlik ve geçerlilik açısından güçlü bir temel oluşturmasına yardımcı olur. Araştırmacı, görüşmelerin amaçlarına uygun olarak yönlendirilmesini sağlamak için iyi bir planlama yapmalı ve

katılımcıların güvenini kazanacak bir iletişim ortamı yaratmalıdır. Hazırlık aynı zamanda araştırmacının beklenmedik durumlarla başa çıkabilmesini sağlar ve görüşme sürecinde etkin bir şekilde rehberlik eder (Marshall ve Rossman, 2014).

Sonuç olarak, iyi bir görüşme yapabilmek için araştırmacının konuyu iyi anlaması, hazırlıklı olması ve görüşme formunun düzgün bir şekilde hazırlanması önemlidir. Bu sayede görüşme süreci daha verimli ve amaca uygun bir şekilde ilerler ve araştırmacı, değerli bilgileri elde etme ve analiz etme konusunda daha başarılı olur (Marshall ve Rossman, 2014).

Görüşme formunun hazırlanması aşamasında dikkate alınması gereken ilkeler aşağıdaki gibi sıralanabilir (Eysenbach ve Köhler, 2002).

- Sorular, cevaplayıcının kolaylıkla anlayabileceği şekilde yazılmalıdır. Araştırılan konunun detaylarını belirleyebilecek ve derinlemesine bir anlayış sağlayabilecek sorular formalize edilmelidir.
- Soruların cevaplanması süresini uzatıcı etkisi olan ve konuyu genel hatlarıyla ele alan, açık uçlu olan sorulardan kaçınılmalıdır.
- Belirsizliklere yol açabilecek ve cevaplama sürecinde katılımcıyı araştırma dışına yönlendirebilecek sorulardan kaçınılmalıdır.
- Konuyu farklı boyutlarıyla ele alabilen ve çeşitli özelliklerini ortaya çıkarabilen çok yönlü sorular hazırlanmalıdır.
- Katılımcının konudan sapması veya yetersiz bilgi vermesi durumunda, alternatif sorular hazırlanarak katılımcının konuya geri dönmesi ve farklı detaylara erişilmesi sağlanmalıdır.
- Farklı zamanlarda gerçekleştirilecek görüşmeler için önceki görüşmede sorulan sorulardan farklı nitelikte ve konunun daha iyi anlaşılmasını sağlayacak sorular oluşturulmalıdır.
- İncelenen konuyla ilgili soruların mantıksal bir düzeni olmalı ve birbirini tamamlayıcı bir şekilde ilerlemelidir.
- Soruların birbirine bağlı olması ve bir önceki sorunun cevabına dayanarak katılımcının düşüncelerini daha fazla detaylandırabilmesi için inşa edilmiş bir yapıda olması sağlanmalıdır. Böylece incelenen konunun farklı yönleri sürekli olarak geliştirilebilir ve derinleştirilebilir.

Bu ilkelerin göz önünde bulundurulması, görüşme formunun etkili bir şekilde tasarlanmasını sağlayarak araştırmacının istenen bilgilere daha iyi erişim sağlamasına yardımcı olur (Eysenbach ve Köhler, 2002; Forrester ve Sullivan, 2018; Kvale, 1994;

Seidman, 2006).

Nitel araştırmalardaki görüşme aşamasında araştırmacı katılımcının sayısını arttırma hatasına gitmemelidir. Bu noktada önemli olan nicelik değil niteliktir. Uygulama nitel araştırmalarda görüşme yönteminde tek kişide bile gerekli bilgiye ulaşabilir. Onun yerine yinelenmeyen, sıkmayan, yalın, anlaşılabilir ve amaca yönelik soruların yeterli sayıdaki katılımcıya yöneltilmesi araştırmanın başarısını ve kalitesini arttıracaktır (Baltacı, 2019).

Bu araştırmada da katılımcılar Kuşadası'nda faaliyet gösteren otel işletmeleri ve seyahat acentelerinden oluşmuş ve katılımcılar önceden belirlenmeden aranarak uygunluklarına göre yine katılımcıların belirlediği yerlerde (otel veya seyahat işletmelerinde) randevu alınarak gerçekleşmiştir. Sorulan sorular yarı yapılandırılmış uzman görüşü alınarak onaylanmış sorulardır. Katılımcılara yöneltilen sorular hazırlanırken yalın ve anlaşılabilir olmasına  zen gösterilmiştir. Katılımcıların zamanını almamak ve net cevaplar alabilmek adına kısa ve açık uçlu olmayan sorular sorulmuştur. Aynı zamanda sorular belirli bir mantık çerçevesinde şekillenerek özelden genele ve amaca yönelik hazırlanarak katılımcıların da aynı mantıksal çerçevede kalması, konudan uzaklaşmaması ve daha derinleşmiş cevaplar alınmasına olanak sağlamıştır. Görüşmeler farklı zamanlarda belirli bir katılımcı sıralaması olmadan Nisan 2022'den yine Nisan 2023 tarihleri arasındaki süreçte gerçekleştirilmiştir. Katılımcılardan toplanan veriler tekrara düştüğünde, yeterli ve gerekli bilgi edinildiği araştırmacı tarafından tespit edildiğinde görüşmeler sona erdirilmiştir.

Geçerlik, bir araştırmada neticenin doğruluğunu veya sorun  z m becerisini gösterir. Geçerlik nitel araştırmalarda ise, araştırmanın araştırmacı tarafından yansız olarak  z mlleme derecesini ifade eder. Bu noktada, elde edilen verilerin gerçek durumu ne kadar yansıttığı önemlidir. Araştırma problemini bütünsel bir şekilde ele almak veya incelenen konunun tüm özelliklerine odaklanmak, geçerlik açısından önemli ölçütlerdir. Ayrıca, katılımcılarla yapılan görüşmeler sırasında, "Bunu mu kastettiniz?" veya "S ylediklerinizden bunu mu anlamalıyım?" gibi geri bildirimlerle katılımcı doğrulaması yapmak, geçerliği artırır. Bunun yanı sıra, araştırmacının verileri başka bir uzmanın incelemesine a ması, yani meslektaş veya uzman doğrulaması sağlaması da geçerliğe olumlu bir katkı sağlar (Denzin, 2008; Sandelowski, 1986). Bu noktada araştırmacı verileri toplarken ve tabloladıştırılırken tüm gerçekliğiyle ve yorum katmadan katılımcının gerçek yorumlarıyla aktarmıştır. Sorulan sorularda tereddüt yaşanmaması adına katılımcılara sorular değişik şekillerde yöneltilmiş ve net cevaplar alınmıştır.

Geçerlik, nitel araştırmalarda, i ve dış geçerlik olarak iki farklı açıdan incelenir. İ geçerlik, araştırma aşamasının geerliği doğru bir şekilde ortaya çıkarma yeteneğini gösterir. Onaylanabilir nitel bir araştırmada, araştırmacının veri toplama, analiz ve yorumlama süreçlerinde tutarlı olması ve bunu nasıl elde ettiğini açıklaması gerekmektedir. Ayrıca, araştırmacı eleştirel yaklaşmalı ve olabilecek sorunların çözüm merkezi olmalıdır. Araştırma yöntemi kısmında kontrol mekanizmalarının nasıl uygulandığı ayrıntılı ve net olarak raporlaması gerekmektedir. İ geçerliği sağlanan araştırmalar akademik çevrelerde genellikle kabul görmektedir, ancak dış geçerliğin sağlanması da bir gerekliliktir. Elde edilen sonuçların benzer çalışma gruplarına transfer edilebilmesi dış geçerlik olarak tanımlanmaktadır. Dış geçerlik, araştırma sonuçlarının evrensel olarak değerlendirilmesi veya genellenebilirliği olarak da bilinir (Baltacı, 2019).

Bu noktada ise araştırmada amaçlanan sonuçlara veriler dahilinde ve literatüre dayalı aktarımı geerleşmiştir. Edinilen veriler ile amaçlanan arasında bir bağlantının olduğu raporlama kısmında tüm detaylarıyla verilmiştir. Aynı zamanda hazırlanan soruların benzer gruplara sorulabilmesi ve benzer sonuçlara ulaşıldığı gözlemlenmiştir.

Nitel araştırmalarda aynı sonuçlara tekrarlar neticesinden de ulaşabilmek güvenirlik kavramını oluşturur. Araştırmacının değişken olabilme özelliği dolayısıyla araştırmalarda tekrar edilen sonuçlar olmayabilir. Fakat bu durum değişik yöntem ve tekniklerle güvenirlik artırılabilir. Güvenirlik araştırmalarda n koşuldur (Baltacı, 2019).

Güvenirlik kavramı da i ve dış olarak ikiye ayrılır. Dış güvenirlik, araştırmanın benzeri durum ve ortamlarda yine aynı veya benzer neticeye ulaşılması durumudur. Bu kavramın oluşması için araştırmacının yansız ve net raporlar vermesi gerekmektedir (Connelly, 2016) .

İ güvenirlik ise farklı araştırmacılar tarafından aynı verilerin benzer neticeler çıkarmasıdır. Bu kavramın sağlanabilmesi için ise (Baltacı, 2019).

- Araştırmada edinilen verilerin sistematik bir şekilde doğrudan araştırmaya raporlaması gerekmektedir,
- İ güvenirliği artırmak adına araştırmaya farklı araştırmacılar dahil edilip farklı bakış açıları ve yorumlarla araştırma güçlendirilebilir,
- Bulguların yapılan görüşmelerle sağlamsı yapılmalı ve uzman görüşleriyle onay alınmalıdır,

- Elde edilen verilerin analiz aşamasında başka araştırmacı ve uzmanların yardımları alınarak tutarlılık sağlanabilir,
- Veri toplama aşaması öncesinde detaylı bir planlama yapılmalı ve o plana sadık kalınmalıdır. Bu sayede iç güvenirlik kavramı güçlendirilmiş olmaktadır (Baltacı, 2019).

Bu araştırmada da katılımcılara soruları yöneltmeden önce şahsi bilgilerinin çalışmada kullanılmayacağı hatta yetkili oldukları işletmelerin isim ve diğer bilgileri de saklı tutulup kodlama sistemi ile aktarılacağı bildirilmiştir. Araştırmada izlenen yol ve sıralamada ilk olarak araştırmanın konusu belirlenmiştir, ardından literatür bilgisi verilmiş ve yöntemi aktarılmıştır. Yöntemde kullanılacak teknik ışığında yarı yapılandırılmış sorular hazırlanarak uzman görüşleri ve onayı alınmıştır. Ardından görüşme soruları katılımcılara yüz yüze sorularak not alma tekniği ile veriler toplanmıştır. Toplanan veriler analiz edilerek değerlendirip direkt olarak aktarılmıştır. En son olarak ise tartışma kısmında diğer araştırmalarla örtüşme veya zıt olma durumları değerlendirilmiş ve sonuç kısmı yorumlanarak bazı önerilerde bulunulmuştur. Bu aşamalarda belirli bir plan çerçevesinde ilerleme sağlanmıştır. Araştırmanın veri toplama, analiz ve değerlendirme kısmında uzman görüşüne danışılarak güvenirlik ve geçerlik kavramları sağlanmıştır.

4. BULGULAR

Araştırma, Kuşadası’nda faaliyet gösteren 10 adet 5 yıldızlı otel işletmesi, 8 adet sağlık turizmi yetki belgesi olan seyahat acentesi ve sağlık turizmi yetki belgesi olmayan 8 adet A grubu seyahat acentesi ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmaya katılanlar arasında otel yöneticileri, ön büro müdürleri, satış pazarlama müdürleri ile seyahat acentesi sahipleri, seyahat acentesi operasyon yetkilileri ve seyahat acentesi müdürleri yer almaktadır. Araştırmada kurumsal ve kişisel verilerin saklı tutulması adına otel işletmeleri için O1, O2 ve seyahat acenteleri için A1, A2 şeklinde kod numaraları verilmiştir.

Araştırmada otel işletmelerine sorulan 9, sağlık turizmi yetki belgesi olan seyahat acentelerine sorulan 11 soru ve sağlık turizmi yetki belgesi olmayan A grubu seyahat acentelerine sorulan 9 soru tablolaştırılarak verilmiştir. Tablo 1, tablo 2 ve tablo 3’de katılımcılar ile ilgili bilgiler verilmiştir. Katılımcılardan 3 gruba da sorulan ortak sorular aynı tablo içerisinde, farklı sorular ise ayrı tabloda verilmiş ve katılımcıların yorumları tablo altına yazılarak bilgi verilmiştir. Son olarak katılımcılara ‘Kuşadası’nda sağlık turizminin geleceği hakkında düşünceleriniz nelerdir?’ sorusu yöneltilmiş ve öne çıkan yorumlar belirtilmiştir.

Tablo 10. Sağlık Turizmi Yetki Belgesi Olan Seyahat Acentesi Yetkililerinin Demografik Özellikleri

Acente	Cinsiyet	Yaş	Eğitim Durumu	Turizm Sektörü Deneyimi	İşletmedeki Yetkisi
A1	Erkek	32	Lise	18 yıl	Müdür
A2	Erkek	54	Lise	20 yıl	İşletme Sahibi
A3	Erkek	45	Lisans	3 yıl	İşletme Sahibi
A4	Erkek	39	Lise	15 yıl	Müdür
A5	Erkek	34	Lisans	9 yıl	İşletme Sahibi
A6	Erkek	39	Lisans	10 yıl	Müdür
A7	Erkek	38	Lisans	20 yıl	İşletme Sahibi
A8	Erkek	36	Lisans	18 yıl	Operasyon Yetkilisi

Tablo 10’da, Sağlık Turizmi yetki belgesi olan seyahat acenteleri ile yapılan görüşmeler sonucunda katılımcıların 8’i erkek ve yaşları 32 ile 54 arasında değişmekte olup

yaş ortalamaları 39,6 olarak hesaplanmıştır. Katılımcıların 3'ü lise, 5'i lisans mezunudur. Katılımcıların turizm sektöründeki deneyimleri 3 ila 20 yıl arasında değişmektedir. Katılımcıların 4'ü seyahat acentesi işletme sahibi, 3'ü seyahat acentesi müdürü, 1'i ise seyahat acentesi operasyon yetkilisidir.

Tablo 11. Sağlık Turizmi Yetki Belgesi Olmayan Seyahat Acentesi Yetkililerinin Demografik Özellikleri

Acente	Cinsiyet	Yaş	Eğitim Durumu	Turizm Sektörü Deneyimi	İşletmedeki Yetkisi
A1	Erkek	45	Lisans	23 yıl	Operasyon Yetkilisi
A2	Erkek	28	Lisans	5 yıl	Müdür
A3	Kadın	36	Lisans	8 yıl	İşletme Sahibi
A4	Kadın	29	Lisans	4 yıl	İşletme Sahibi
A5	Kadın	38	Lisans	11 yıl	Operasyon Yetkilisi
A6	Erkek	38	Lisans	10 yıl	İşletme Sahibi
A7	Erkek	55	Lisans	21 yıl	İşletme Sahibi
A8	Kadın	45	Lisans	10 yıl	İşletme Sahibi

Tablo 11'de, Sağlık Turizmi yetki belgesi olmayan seyahat acenteleri ile yapılan görüşmeler sonucunda katılımcıların 4'ü erkek iken 4'ü de kadındır. Katılımcıların yaşları 28 ile 55 arasında değişmekte olup yaş ortalamaları 39,25 olarak hesaplanmıştır. Katılımcıların 8'i de lisans mezunudur. Katılımcıların turizm sektöründeki deneyimleri 5 ila 23 yıl arasında değişmektedir. Katılımcıların 5'i seyahat acentesi işletme sahibi, 1'i seyahat acentesi müdürü, 2'si ise seyahat acentesi operasyon yetkilisidir.

Tablo 12. Otel İşletmeleri Yetkililerinin Demografik Özellikleri

Otel	Cinsiyet	Yaş	Eğitim Durumu	Turizm Sektörü Deneyimi	İşletmedeki Yetkisi
O1	Erkek	48	Lisans	18 yıl	Yönetici
O2	Erkek	28	Yüksek Lisans	11 yıl	Ön Büro Müdürü
O3	Erkek	33	Yüksek Lisans	12 yıl	Ön Büro Şefi
O4	Erkek	44	Lisans	17 yıl	Genel Müdür
O5	Erkek	44	Lisans	23 yıl	Genel Müdür
O6	Kadın	47	Lisans	18 yıl	Genel Müdür
O7	Erkek	46	Lisans	25 yıl	Ön Büro Müdürü
O8	Erkek	36	Yüksek Lisans	11 yıl	Ön Büro Müdürü
O9	Erkek	28	Lisans	5 yıl	Yönetici
O10	Kadın	40	Lisans	10 yıl	Satış-Pazarlama Müdürü

Tablo 12’de, Kuşadası’ndaki 5 yıldızlı otel işletmeleri ile yapılan görüşmeler sonucunda katılımcıların 8’i erkek iken 2’si kadındır. Katılımcıların yaşları 28 ile 48 arasında değişmekte olup yaş ortalamaları 39,4 olarak hesaplanmıştır. Katılımcıların 7’si de lisans mezunu, 3’ü yüksek lisans mezunudur. Katılımcıların turizm sektöründeki deneyimleri 5 ile 25 yıl arasında değişmektedir. Katılımcıların 3’ü otel işletmesi genel müdürü, 2’si otel işletmesi yöneticisi, 3’ü otel işletmesi ön büro müdürü, 1’i otel işletmesi ön büro şefi, 1’i ise otel işletmesi satış ve pazarlama müdürüdür.

Tablo 13. Sağlık turizmi kavramının sağlık turizmi yetki belgesi olan seyahat acenteleri ve olmayan seyahat acenteleri ile otel işletmeleri için ifade ettiği kavramlar

Ana Tema	Alt Tema	N
Sağlık Turizmi Yetki Belgesi Olan Acenteler	Ekonomik Katkı	15
	Estetik	10
	Diş tedavileri	15
	Döviz	10
	Konaklama	5
Sağlık Turizmi Yetki Belgesi Olmayan Acenteler	Saç ekimi	10
	Ülke reklamı	15
	Ciddi bir turizm sektörü	2
Otel İşletmeleri	Farklı ve gelişmekte olan bir pazar	15
	İnsanların kendilerine önem vermeleri	5

Tablo 13’de ‘Sağlık Turizmi sizin için ne ifade ediyor’ sorusu 3 görüşme grubuna (Sağlık turizmi yetki belgesi olan seyahat acenteleri, sağlık turizmi yetki belgesi olmayan seyahat acenteleri, 5 yıldızlı Otel İşletmeleri) soruldu ve 3 görüşme grubundan alınan cevaplar sonucunda; ‘ekonomik katkı, estetik, diş tedavileri, döviz, konaklama, saç ekimi, ülke reklamı, ciddi bir turizm sektörü, farklı ve gelişmekte olan bir pazar, insanların kendilerine önem vermeleri’ genel bir alt tema oluşturulmuş ve ekonomik katkı 15 kişi, estetik 10 kişi, diş tedavileri 15 kişi, döviz 10 kişi, konaklama 5 kişi, saç ekimi 10 kişi, ülke reklamı 15 kişi, ciddi bir turizm sektörü 2 kişi, farklı ve gelişmekte olan bir pazar 15 kişi, insanların kendilerine önem vermeleri de 5 kişi tarafından ifade edilmiştir.

Araştırmada 3 gruba ‘Sağlık Turizmi kavramı sizin için ne ifade etmektedir’ sorusu yöneltilmiştir. Otel işletmelerinden Katılımcı 4: ‘Ülkemiz için ekonomik katkı sağlarken biz de onun konaklama ayağında destek olup hem ülkeye hem de kendimize katkı sağlıyoruz’

demıştır. Otel işletmelerinden katılımcı 8: *‘Ülkemize gelen turistlerin hem konaklama hem de sağlık ihtiyaçlarının bir arada karşılanmasıdır’* ifadesinde bulunmuştur. Otel işletmelerinden katılımcı 3: *‘Sağlık amaçlı ülkemize gelen misafirlerin otelimizden konaklamasıdır. Bizim için sadece konaklama işi ama genelde saç, estetik, diş gibi geniş bir yelpazesi olan bir pazar türüdür’* şeklinde ifade etmiştir. Otel işletmelerinden katılımcı 9: *‘Gelecekte oldukça revaçta olacak, yayılmaya ve gelişmeye çok müsait bir turizm alanı fakat Kuşadası’nda oturması ve gerçek anlamda yapılması için vakit var’* demıştır. Otel işletmelerinden katılımcı 6 ise: *‘Sağlık Turizmi bana göre çok hassas bir kavramdır. Sağlık ve turizmin yan yana kullanılması sanki anlamını yanlış yansıtıyor. Turizm keyif, eğlence, keşfetmek iken sağlık hafife alınmaması gereken çok ciddi bir alan’* şeklinde ifade etmiştir.

Katılımcılardan Sağlık Turizmi yetki belgesi olan seyahat acentelerinden katılımcı 2: *‘İnsanların kendilerini önemsedikleri çok kıymetli bir dönem’* demıştır. Seyahat acentelerinden katılımcı 7: *‘Ülkemize gelen sağlık turistlerine ülkemizin, onların aracılığı ile de hekimlerimizin reklamlarının yapıldığı bir turizm sektörü’* şeklinde ifade etmiştir. Seyahat acenteleri katılımcılarından 8: *‘Uygun fiyatlarla yapılan tedbirsiz ameliyatlar ve bol istihdam’* ifadesinde bulunmuştur. Seyahat acentelerinden katılımcı 1 ise: *‘Yurtdışından gelen turist hastaların hem tatil yapıp hem de sağlık operasyonları geçirmeleri ve bu arada hem ülke ziyareti hem de ülkeye ekonomik katkı sağlamalarıdır’* şeklinde ifade etmiştir.

Katılımcılarımızdan Sağlık Turizmi yetki belgesi olmayan seyahat acentelerinden katılımcı 4: *‘Sağlık turizmi ülke turizmi açısından çok etkili bir alandır. Sağlık konusunda çok iyi teknolojilere sahip olmamız ülkemizin turizm alanında dünyada da önemli bir yere gelmesinde güçlü bir etken olacaktır’* demıştır. Seyahat acentelerinden katılımcı 2: *‘Ekonomi, döviz aynı zamanda ülkemizin turizm potansiyeli’* şeklinde ifade etmiştir. Seyahat acentelerinden katılımcı 7: *‘İnsanların eğlenme, dinlenme, gezme ve görme gibi amaçların yanında, bedensel ve ruhsal tedavi görmek amacıyla seyahat etmeleri olarak ifade edilebilir’* demıştır. Seyahat acentelerinden katılımcı 3: *‘Sağlık Turizmi şu anda Türkiye’de şu anda saç ekimi, diş veya estetik üzerine gidiyor ama aslında bence termal otellerde, doktorların, hemşirelerin, fizyoterapistlerin olduğu hekim kontrolünde gerçekleşmesi gereken bir turizm şeklidir’* demıştır. Seyahat acentelerinden katılımcı 5 ise *‘Genel anlamda yetkili ellerde yapıldığında potansiyeli olan sürdürülebilirlik olarak avantajlı, denetimi sürekli yapıldığında ülkeye ekonomik anlamda çok katkı sağlayacak bir pazardır’* şeklinde ifade etmiştir.

Tablo 14. Sağlık Turizmi Yetki Belgeli Seyahat Acentelerinin yetki belgesini ne zaman ve nasıl aldıkları

Acente	Yıl	Danışmanlık Hizmeti
A1	2021	X
A2	2021	X
A3	2020	X
A4	2022	✓
A5	2022	X
A6	2023	X
A7	2021	X
A8	2021	X

Sağlık Turizmi yetki belgeli seyahat acentelerine ‘Yetki belgenizi ne zaman aldınız ve alırken bir danışmanlık hizmeti aldınız mı?’ sorusu yöneltilmiş ve alınan cevaplar neticesinde tablo 5 oluşturulmuştur. Yetki belgeli seyahat acentelerinin 1’i 2020 yılında, 4’ü 2021 yılında, 2’si 2022 yılında ve 1’i 2023 yılında belgelerini almışlardır. Katılımcılardan 1’i dışında kimse danışmanlık hizmeti almamıştır. Danışmanlık alan seyahat acentesi katılımcı 4 ise ‘Çoğu prosedürü biz hallettik ve danışmanlık şirketinin pek de işe yaradığını söyleyemeyeceğim’ şeklinde ifade etmiştir.

Tablo 15. Sağlık Turizmi Belgesi Olmayan Seyahat Acentelerinin yetki belgesi alma başvuru durumları

Acente	Başvuru var	Başvuru yok
A1		✓
A2	✓	
A3		✓
A4		✓
A5		✓
A6	✓	
A7		✓
A8		✓

Tablo 15, Sağlık Turizmi Yetki belgesi olmayan seyahat acentelerine sorulan ‘Sağlık turizmi yetki belgesi almak için bir girişiminiz var mı?’ sorusuna alınan cevaplar neticesinde oluşturulmuştur. Katılımcılardan 3’ünün başvurusu bulunurken 6’sının başvurusu bulunmamaktadır. Seyahat acentelerinden katılımcı 5: ‘Başvuru girişimimiz oldu fakat prosedürü çok gereksiz ve çok zaman harcayan bir iş. Ayrıca geleceğe yönelik de etik anlamda

devamlılığını görmediğimizden dolayı vazgeçtik' şeklinde ifade etmiştir. Seyahat acentelerinden katılımcı 1: 'Şu anda bir başvurumuz yok ama ileride Kuşadası'nda tam anlamıyla ve etik yapıldığı zaman mesela neden olmasın' demiştir. Seyahat acentelerinden katılımcı 2: 'Başvurumuzu yaptık sürecin ilerlemesini bekliyoruz, prosedür kısmı çok ve karışık' derken seyahat acentelerinden katılımcı 3 ise 'Bundan 4 sene önce düşünmüştüm araştırdım fakat o dönem belge istenmiyordu ve herkes bu işi yapıyordu, bana pek güvenilir gelmedi bir gelecek göremedim çünkü sağlık çok hassas ve ciddiye alınması gereken bir alan' şeklinde ifade etmiştir.

Tablo 16. Sağlık Turizmini Diğer Turizm Türlerinden Farklı Kılan Yönleri

Ana Tema	Alt Tema	N
Sağlık Turizmi	Sağlık	20
	İhtiyaç	10
	Daha ticari	8
	Riskli	8
	Etik şartı	7
	Çok yönlülük	9
	12 ay yapılabilmesi	10
	Sürekliliği yok	4
	Daha kazançlı	10
	Paydaş gerekliliği	8
	Keyif	15
Diğer Turizm Türleri	Eğlence	18
	Kültür	10
	Tatil	14
	Seyahat	5
	Süreklilik	6

Tablo 16, katılımcı 3 gruba (sağlık turizmi yetki belgesi olan seyahat acenteleri, sağlık turizmi yetki belgesi olmayan seyahat acenteleri ve 5 yıldızlı otel işletmeleri) yönelttiğimiz 'Size göre sağlık turizmini diğer turizm türlerin farklı kılan yönleri nelerdir?' sorusuna alınan cevaplar neticesinde oluşturulmuştur. Sağlık turizmi için katılımcılardan 20'si sağlık odaklı bir turizm türü olduğunu, 10'u gelen misafirlerinin çoğunun bir ihtiyaç neticesinde ülkeyi ziyarete geldiğini, 8'i diğer turizm türlerine göre daha ticari, 8'i daha riskli, 7'si etik şartının olması gerektiğinin, 9'u diğ, saç, estetik vs. şeklinde çok yönlü olduğunu, 10'u diğer kültür turizmine göre 12 ay yapılabilmesini, 10'u kuşkusuz ki diğerlerine göre sağlık turizminin daha kazançlı olduğunu, 8'i ise paydaşlar ile koordineli ve organize bir şekilde yapılması gereken bir sağlık türü olduğunu vurgulamışlardır. Diğer turizm türlerinin ise katılımcıların

15'i keyif, 18'i eğlence, 10'u kültür, 14'ü tatil, 5'i seyahat amaçlı ve 6'sı ise süreklilik gerekliliği olduğunu söylemişlerdir.

Katılımcılardan otel işletmesi 4: *'Sağlık turizmi müşterisi kışın geliyor ve bu oteller için büyük bir avantaj. Sürekliliğini sağlayabildiğimiz sürece sağlık turisti yüksek sezonda da tatil müşterisi olarak geliyor'* demiştir. O7: *'Sağlık Turizmi daha çok zorunlu ihtiyaç olarak bakılabilir, tatil amaçlı değil bu yüzden de bana daha ticari geliyor'* şeklinde ifade etmiştir. Otel işletmelerinden katılımcı 3: *'Sağlık Turizmi daha kazançlı, ekonomik anlamda ülkeye getirisi daha fazla. Ayrıca her turizm paydaşının faydalanabileceği bir alan'* ifadesinde bulunmuştur.

Sağlık Turizmi yetki belgesi olmayan seyahat acentelerinden katılımcı 6: *'Diğerleri kültürel açıdan düzenlenen, daha çok tatil ve amaçlı olurken sağlık turizmi daha çok insan sağlığı üzerine kurulan bir turizm türüdür'* şeklinde cevap verirken, seyahat acentelerinden katılımcı 7: *'Sağlık turizmi işin içinde sağlık olduğu için daha ciddi ve önemli bir alanken diğer turizm türleri daha çok eğlence ve tatil amaçlı olduğu için daha rahat bir turizm alanıdır'* şeklinde ifade etmiştir. Seyahat acentelerinden katılımcı 3: *'Sağlık turizmi daha hassas ve dikkatli olunması gereken bir turizm türüdür. Çünkü insanların sağlığı söz konusudur. Acenteler için de diğer turizm türlerinden daha kazançlıdır fakat daha da risklidir'* demiştir.

Sağlık turizmi yetki belgesi olan seyahat acentelerinden katılımcı 5: *'Sağlık turizmi tamamen insana yönelik, tamamen bir hizmet sektörüdür. Herhangi bir çıkar gözetmeksizin insanların kurdukları gelecek hayallerine biraz dokunuş yapıyoruz sadece. Bu da bizim için çok önemli'* derken seyahat acentelerinden katılımcı 1: *'Sağlık Turizmi dışında gelen turistler sadece konaklama ve seyahat konusunda hizmet alırken sağlık turizmi hastaları olması gereken operasyonları geçirdikten sonra hareket kısıtlılığı yaşamaktadırlar. Ekonomik anlamda sağlık turisti daha çok katkı sağlarken bu yönüyle seyahat ve gezi turları açısından sınırlılıklar yaşamaktadır, bu da sektörü etkilemektedir'* şeklinde açıklamıştır.

Tablo 17. Sağlık Turizmi Açısından Kuşadası'nın Tercih Edilebilirliği

Ana Tema	Alt Tema	N
Avantajlar	İzmir'e yakınlığı	12
	Havalimanı	15
	Liman Şehri	10
	İklim Elverişliliği	18
	Otel Seçenekleri	10
	Tatil beldesi	12
	12 ay tatil imkânı	6
	Ulaşım Kolaylığı	6
	Avrupalı yaşayanların fazlalığı	5
	Kültürel Zenginlik	10
	Trafik yok	5
	Uygun Konaklama	2
	Turistik yerlere yakınlık	8
Dezavantajlar	Uzman Hekim Eksikliği	10
	Sağlık Personeli Eksikliği	8
	Yolların Bakımsızlığı	3
	Sağlık Turizmi çeşitliliği azlığı	2
	Hastane ve Sağlık Kuruluşu Azlığı	15
	Hedef Pazar Kısıtlılığı	2
	Termal Otel Eksikliği	4
	Reklam yetersizliği	3

Tablo 17 katılımcılara (sağlık turizmi yetki belgesi olan seyahat acenteleri, sağlık turizmi yetki belgesi olmayan seyahat acenteleri ve 5 yıldızlı otel işletmeleri) sorulan '*Sağlık turizmi açısından Kuşadası tercih edilebilir bir destinasyon mudur? Neden?*' sorusuna verdikleri cevaplar doğrultusunda oluşturulmuştur. Alınan cevaplar neticesinde tablo avantajlı ve dezavantajlı olarak iki ana tema ve onların alt temalarından oluşmuştur. Kuşadası'nın sağlık turizmi açısından avantajlı olduğunu belirten katılımcı sayısı dezavantajlı olduğunu belirten katılımcı sayısından ortalama olarak daha fazla çıkmıştır. Kuşadası'nın avantajlı yönleri olduğunu belirten katılımcılardan 12'si İzmir'e yakınlığı, 15'i havalimanına yakın olması, 10'u liman şehri olması, 18'i iklimin elverişli olması, 10'u otel seçeneklerinin ve kapasitelerinin olması, 12'si tatil beldesi olması, 6'sı 12 ay tatil imkanı olması, yine 6'sı ulaşım kolaylığı, 5'i Avrupalı yaşayanların fazla olması, 10'u kültürel zenginliği, 5'i trafik sorununun olmadığını, 2'si konaklama ücretlerinin büyük şehirlere kıyasla daha uygun olmasını, 8'i ise Meryem Ana, Şirince gibi turistik yerlere yakınlığından kaynaklı olduğunu ifade etmişlerdir.

26 katılımcının 10'u uzman hekim eksikliğinden, 8'i sağlık personeli eksikliğinden, 3'ü yolların bakımsızlığından, 2'si sağlık turizmi çeşitliliğinin azlığından, 15'i sağlık turizmi için hastane ve sağlık kuruluşu azlığından, 2'si hedef pazar kısıtlılığından, 4'ü termal otel eksikliğinden ve 3'ü de Kuşadası'nın reklamının yeteri ölçüde yapılmamasından kaynaklı dezavantajlar olduğunu ifade etmişlerdir.

Otel işletmelerinden katılımcı 1: *'Kuşadası'nın avantajlı yönleri çok; havalimanına yakınlığı, tatil beldesi olması, iklim şartları, konumu gibi...'* demiştir. Otel işletmelerinden katılımcı 7: *'Evet, çok büyük avantajları var. Efes, Meryem Ana burada, turizm beldesi olması, havalimanına yakınlığı, Milli Park ve Şirince'ye yakınlığı en büyük avantajları arasındadır'* demiştir. Otel işletmelerinden katılımcı 6: *'Kuşadası bazı Sağlık Turizmi kolları için doğru destinasyon olabilir fakat Sağlık Turizmi denince uzman hekimler, ekipman ve uluslararası onaylanmış sertifikalı şirketler, işlem yapacak özel kuruluşlar ve hastaneler geliyor ki bu konuda Kuşadası eksik maalesef'* şeklinde ifade etmiştir.

Sağlık Turizmi yetki belgesi olmayan seyahat acentelerinden katılımcı 4: *'Kuşadası sağlık turizmi açısından tercih edilen bir destinasyondur. Bunun en önemli sebepleri ise konumu, doğal güzellikleri ve sağlık hizmetleri dışında misafirlerin vaktini verimli bir şekilde harcayabilecekleri birçok aktivite ve mekânın olması da avantajları arasındadır'* demiştir. Seyahat acentelerinden katılımcı 6: *'Kültürel olarak evet ama sağlık turizmi açısından hayır. Daha fazla yatırım yapıp özel hastane ve sağlık kuruluşları açılmalıdır'* şeklinde belirtmiştir. Seyahat acentelerinden katılımcı 7: *'Kuşadası ülke turizm potansiyelinin yaklaşık %2'si gibi bir pay almaktadır. Havalimanına yakınlığı, karayolu ve deniz ulaşımının kolaylığının bölgeye etkileri çok önemlidir. Fakat sağlık turizmi açısından yeterli tanıtımın yapılmasının yanı sıra yeterli termal tesis, hastane ve kür merkezi bulunmadığını düşünmekteyim'* şeklinde ifade etmiştir. Seyahat acentelerinden katılımcı 3 ise: *'Evet kesinlikle Kuşadası sağlık turizmi için iyi bir destinasyondur. Özellikle İstanbul'un son zamanlardaki kaotik durumu, trafiği, lojistiği gibi durumlar turistleri Kuşadası'na yönlendirmektedir. Fakat sağlık turizmi yapanların bu turizmi çeşitlendirmesi gerekmektedir. Kültür turizmi ile birleştiğinde daha da etkin hale gelecektir'* şeklinde ifade etmiştir.

Sağlık turizmi yetki belgesi olan seyahat acentelerinden katılımcı 2 şu şekilde ifade etmiştir: *'Belli pazarlarda evet Kuşadası'nın iyi bir destinasyon olduğunu düşünüyorum. Köklü ve bilinen bir tatil beldesi, liman şehri, havalimanına yakın, otel yelpazesi çok iyi, İzmir*

gibi gelişmiş ve büyük bir şehre yakın olması’ derken seyahat acentelerinden katılımcı 7: ‘Evet. Avantajlar olarak havalimanına yakınlığı, İzmir’e yakınlığı, çok büyük olmadığı için ulaşım kolay, trafik büyük şehirlere nazaran yok denilecek kadar az, operasyonlar sonrasında yapılacak aktiviteler çok, iklimi çok iyi neredeyse 12 ay güneşli havası, kafe ve restoranlar bol, oteller ve imkanları güzel olması, kıyı şeridi olması, yabancı dil bilen personelin çok olması ve yabancı uyruklu birçok insanın burada ikamet etmesi sayılabilir’ şeklinde ifade etmiştir. Seyahat acentelerinden katılımcı 4 ise: ‘Kısmen. Personel yetersizliği mevcut, İngilizce bilen personel yok. Sağlık Kuruluşları ve uzman hekim yetersiz’ şeklinde cevap vermiştir.

Tablo 18. Kuşadası’nda öne çıkan ve çıkması gereken Sağlık Turizm Türleri

Ana Tema	Alt Tema	N
Öne Çıkanlar	Diş	13
	Tüp Mide	8
	Estetik	6
Öne Çıkması gerekenler	Saç Ekimi	10
	Plastik Cerrahi	4
	Medikal	10
	Kür & Termal	9

Kuşadası’nda bulunan Sağlık Turizmi yetki belgesi olan ve belgesi olmayan A grubu seyahat acentelerine ‘Sizce Kuşadası’nda hangi sağlık turizm türleri öne çıkmaktadır. Hangileri çıkarılmalıdır?’ sorusu yöneltilmiş ve alınan cevaplar neticesinde tablo ‘Öne Çıkanlar ve Öne Çıkması Gerekenler’ şeklinde 2 ana bölüme ayrılmıştır. Öne çıkanlar bölümünde ‘Diş, Tüp Mide, Estetik’ olarak 3 alt tema oluşurken, öne çıkması gerekenler bölümünde ‘Saç ekimi, Plastik Cerrahi, Medikal ve Kür & Termal’ olmak üzere 4 alt tema oluşturulmuştur. Kuşadası’nda öne çıkan sağlık turizm türlerinden diş 13 katılımcı, tüp mide 8 katılımcı, estetik ise 6 katılımcı belirtmiştir. Öne çıkması gereken sağlık turizm türlerinden ise saç ekimi şeklinde ifade eden 10 katılımcı, plastik cerrahi 4 katılımcı, medikal 10 katılımcı ve kür & termal ise 9 katılımcıdır. Bu sayılara göre öne çıkan sağlık turizmi alanı ‘diş’ olarak belirtilirken ‘tüp mide ve estetik’ takip etmektedir. Öne çıkması gereken sağlık turizmlerinde ise ‘saç ekimi ve medikal’ aynı oranda olurken ‘kür & termal’ turizmi onları takip etmiştir.

Sağlık turizmi yetki belgesi olan ve olmayan seyahat acentelerinden alınan yorumlar ise şu şekildedir:

Sağlık turizmi yetki belgesi olan seyahat acentesinden katılımcı 7: *‘Diş öne çıkıyor ama neyin öne çıktığı değil vaat edilen hizmetin yapılması ve kalitesi önemli olan’* demiştir. Seyahat acentesinden katılımcı 6: *‘Diş ama bence hepsi olabilmeli. Yeterli alt yapı ve kalite arttırılarak hepsi olabilir. Özellikle medikal ve saç ekimi arttırılabilir’* demiştir. Seyahat acentesinden katılımcı 4 ise *‘Diş ve obezite ön planda ama hastaneler yeterli olsa hepsi olabilir. Öncelik saç ekimi ve plastik cerrahiye yönelmeli diye düşünüyorum. Ama bunun için sadece sağlık turizmi yapan hastaneler açılmalı ve uzman hekimlerin elinde yapılmalıdır’* şeklinde cevap vermiştir.

Sağlık turizmi yetki belgesi olmayan A grubu seyahat acentelerinden katılımcı 6: *‘Diş ve mide ön planda ama bence plastik cerrahi ve termal konusunda alt yapı oluşturulmalıdır. Saç ekimi ve rehabilite amaçlı da turisti çok rahat çekebiliriz diye düşünüyorum’* demiştir. Seyahat acentesinden katılımcı 7: *‘Kuşadası bence doğası ve konumu gereği doğa sporları, golf alanları ve kür & termal merkezlerinin çok rahat yapılabilceği bir bölge fakat bunun için alt yapı ve fizibilite çalışmalarına ihtiyaç var’* ifadesinde bulunmuştur. Seyahat acentesinden katılımcı 3: *‘Diş ve estetik ön planda fakat zayıflama ve kür ön plana çıkarılmalı diye düşünüyorum. Çünkü hastaların sonrasında detoks programlarıyla kalma süreleri uzatılarak hem turist hastalara hem de turizmcilere daha fazla katkı sağlayacaktır ve böylece de sağlık turizmi çeşitlenmiş olacaktır. Oteller, acenteler, sağlık kuruluşları hep birlikte pasatadan pay alabileceklerdir’* şeklinde görüşünü bildirmiştir.

Tablo 19. Sağlık Turizmi Yetki Belgesi Olan Seyahat Acentelerinin Hedef Pazarları

Acenteler	Ülkeler
A1	İngiltere, İrlanda
A2	İngiltere, İrlanda
A3	İngiltere, Amerika, Bulgaristan, Yunanistan, Almanya, İrlanda
A4	Amerika, İrlanda, İngiltere, Hollanda, Belçika
A5	İngiltere, İrlanda
A6	İngiltere, İrlanda, Almanya
A7	İrlanda, İngiltere
A8	İngiltere, İrlanda, İskoçya, Avustralya

Tablo 19’da Sağlık Turizmi yetki belgesi olan seyahat acentelerine hedef pazarlarını oluşturan ülkeler sorulmuş ve alınan cevaplar neticesinde tablo oluşturulmuştur. Seyahat acentelerinden 8 katılımcı ‘İngiltere ve İrlanda’ şeklinde cevap verirken. Seyahat acentelerinden katılımcı 3 ve katılımcı 4 ‘Amerika’, seyahat acentelerinden katılımcı 3 ve katılımcı 6 ‘Almanya’, yine seyahat acentelerinden katılımcı 3 ‘Bulgaristan ve Yunanistan’ derken katılımcı 8 ‘İskoçya ve Avustralya’ cevabını vermişlerdir. Katılımcılardan alınan cevaplar neticesinde Kuşadası’nın sağlık turizmi potansiyelini ‘İngiltere ve İrlanda’ dan gelen misafirlerin oluşturduğu tespit edilmiştir.

Tablo 20. Sağlık Turistlerinin Otellerde Konaklama Durumları

Otel İşletmeleri	Sağlık Turisti Konaklama Durumu	Geldikleri Ülkeler	Kalış Süreleri	Otelin Sağlık Turizmi Bakımından Elverişliliği
O1	Evet	İrlanda, İngiltere	2 – 7 gün	Hayır
O2	Evet	İngiltere, İrlanda	7 gün	Evet
O3	Evet	İngiltere	3 gün	Evet
O4	Evet	İrlanda, İngiltere, Almanya	7 – 38 gün	Evet
O5	Evet	Orta Doğu	3 – 4 gün	Evet
O6	Evet	İngiltere, İrlanda	7 gün	Hayır
O7	Hayır	-	-	Hayır
O8	Evet	İngiltere	7 gün	Evet
O9	Hayır	-	-	Evet
O10	Evet	İngiltere, İrlanda	14 gün	Hayır

Tablo 20 katılımcı gruplarından 5 yıldızlı otel işletmelerinin sağlık turisti konaklama durumları, hangi ülkelerden ve kaç gün konakladıkları ve oteller işletmelerinin sağlık turizmi bakımından yeterliliği şeklinde kategorize edilmiştir. Otel işletmelerinden 8 katılımcı sağlık turisti konaklama durumuna evet derken 2 katılımcı hayır demiştir. Katılımcılardan geneli gelen turistlerin İngiltere ve İrlanda’dan ve 2 katılımcı ise Ortadoğu ve Almanya ‘dan misafirlerin olduğunu, kalış sürelerinin ise operasyon durumları ve konaklama memnuniyetlerine göre 2 gün ile 38 gün aralığında olduğunu ifade etmişlerdir. Otel işletmelerinin sağlık turistlerinin konaklamalarına elverişliliği sorusuna 6 katılımcı evet derken 4 katılımcı hayır demiştir. Katılımcıların bu konudaki yorumları şu şekildedir:

Otel işletmelerinden katılımcı 4: *'1 hafta ile 38 güne kadar değişiyor. Bu durumu memnuniyet ve operasyon durumları belirliyor. Otelimiz sağlık turistleri için gayet yeterlidir. Fiyatımız diğer otellere göre yüksek olabilir fakat özel diyet programlarımız, hizmet kalitemiz, şehre yakınlığımız açısından misafirlerimizi layıkıyla ağırlayabilecek kapasitemizin olduğunu düşünmekteyim'* demiştir. Otel işletmelerinden katılımcı 1: *'Kuşadası'nda oteller genelde yeterli fakat hastaneler yetersiz. Ayrıca sağlık turizmi için özel konaklamalı hastanelerin olması gerekiyor. Bizim otelimizin pek uygun olduğunu söyleyemem. Çünkü standart turizm misafirlerine uygun bir oteliz. Sağlık turistleri için şartların özelleştirilmesi gerekmektedir. Asansör, oda şartları gibi. Biz 12 ay dolu bir otel olduğumuz için sağlık turizmine ayıracak odamız bulunmamaktadır'* şeklinde cevap vermiştir. Otel işletmelerinden katılımcı 5 ise: *'Yüzölçümü çok geniş bir oteliz. 2000 misafir aynı anda çok rahat tatil yapabiliyor. Bunun dışında peyzajımız birçok otele kıyasla çok iyi doğa ile iç içeyiz. Yürüyüş alanları özellikle fizik tedavi sonrası hastalar için gayet uygun hem dinlenme hem tedavi amaçlı düşünülebilir. Kış aylarında bile iklim şartlarından dolayı kuş civıltılarının arasında yoga yapılabilir. Saç ekimi vs. için değil ama rehabilitasyon veya fizik tedavi amaçlı olabilir. Otel olarak ihtiyacımız yok çünkü kışın dahi dolu bir oteliz çünkü 5 tane toplantı odamız mevcut ve talep görmektedir. Bu nedenle sağlık turizmine yönelik bir çalışmamız olmadı fakat ileride ne olacağı belli olmaz, talep edildiği ve ihtiyaç olduğu takdirde sağlık turistlerini de otelimizde ağırlamaktan mutluluk duyarız'* şeklinde ifade etmiştir.

Tablo 21. Yetki Belgesi Olan Seyahat Acentelerinin Karşılaştıkları Sorunlar ve Misafir Memnuniyetsizlikleri

Ana Tema	Alt Tema	N
Seyahat Acentelerinin Karşılaştıkları Sorunlar	Yüksek Sezonda Konaklama Sorunu	3
	Havalimanı Park Sorunu	3
	Etik Dışı Uygulamalar	2
	Denetimsizlik	3
	Belgesiz Kuruluşlar	4
	Yolların Bakımsızlığı	3
Misafir Memnuniyetsizliği	Fiyat Yüksekliği	4
	Sağlık Personelinin Alan Yetersizliği	5
	Sağlık Personelinin Dil Yetersizliği	6
	Bilinçsiz Tedavi	4
	Tedavi Hakkında Yetersiz Bilgi	4

Tablo 21’de yetki belgesi olan seyahat acentelerinin sağlık turizmde karşılaştıkları sorunlar ve misafir memnuniyetsizliklerinin ne yönde olduğu soru sorulmuş ve alınan cevaplar neticesinde ‘Seyahat Acentelerinin Karşılaştıkları Sorunlar’ ve Misafir Memnuniyetsizlikleri’ olarak iki ana temaya ayrılmıştır. Seyahat Acentelerin karşılaştıkları sorunlar ‘Yüksek Sezonda Konaklama Sorunu, Havalimanı Park Sorunu, Etik Dışı Uygulamalar, Denetimsizlik, Belgesiz Sağlık Turizmi Yapan Kuruluşlar ve Yolların Bakımsızlığı’ olarak 6 alt temaya blnmştir. Yüksek Sezonda Konaklama Sorunu 3 seyahat acentesi, Havalimanı Park Sorunu 3 seyahat acentesi, Etik Dışı Uygulamalar 2 seyahat acentesi, Denetimsizlik 3 seyahat acentesi, Belgesiz Sağlık Turizmi Yapan Kuruluşlar 4 seyahat acentesi ve Yolların Bakımsızlığını söyleyen 3 seyahat acentesi olmuştur. Diğer ana tema oluşturan misafir memnuniyetsizliği ise ‘Fiyat Yüksekliği, Sağlık Personelinin Alan Yetersizliği, Sağlık Personelinin Dil Yetersizliği, Bilinçsiz Tedavi, Tedavi Hakkında Yetersiz Bilgi’ şeklinde 5 alt gruba ayrılmıştır. Fiyat Yüksekliği 4 seyahat acentesi, Sağlık Personelinin Alan Yetersizliği 5 seyahat acentesi, Sağlık Personelinin Dil Yetersizliği 6 seyahat acentesi, Bilinçsiz Tedavi 4 seyahat acentesi, Tedavi Hakkında Yetersiz Bilgi 4 seyahat acentesi belirtmiştir.

Yetki belgesi olan seyahat acentelerden katılımcı 2: *‘Sadece sağlık personeli sıkıntılı hem sağlık turizmi konusunda eğitimsizler hem de yabancı dil yetersizlikleri var. Bununla birlikte yapılan etik dışı hareketler de mevcut mesela bizim getirdiğimiz hastaların verilerini kullanıp bizi aradan çıkarmaya çalışıyorlar. Ayrıca belgeyi alana kadar formaliteler o kadar çok ve gereksiz ki sonrasında asıl denetim yapılmalı merdiven altı bu işi yapanlar ve etik dışı yapanlar iyi denetlenmelidir’* şeklinde ifade etmiştir. Seyahat acentelerden katılımcı 7: *‘şu ana kadar bir sorunumuz olmadı fakat bazı ülkelerin kur farklarından dolayı fiyatları yüksek bulabiliyorlar. Bunlarla ilgili daha önceden bir çalışma yapılırsa çok daha iyi olur’* demiştir. Seyahat acentelerden katılımcı 8: *‘Büyük sorunlar yok ama havalimanlarında müşteriyi alırken veya bırakırken park sorunu yaşamaktayız. Giriş kapılarının önünde park etmek yasak olduğu için transfer arabalarımızı uzağa park etmek zorunda kalıyoruz ve bu da operasyon geçirmiş hastalarımız veya obezite tedavisi almak için gelen müşterilerimiz için yürüme zorluğu yaratmaktadır’* şeklinde bildirmiştir. Seyahat acentelerden katılımcı 3: *‘Bu işi yetkisiz firmaların yapması güvensizliğe sebep olmakta ve müşteri memnuniyetsizliği yaratmaktadır. Özellikle hastanelerdeki personelin yabancı dil yetersizlikleri birçok yanlış anlaşılmaya ve olumsuz geri dönüşlere sebep olmaktadır’* diye açıklamıştır. Seyahat acentelerden katılımcı

5: ‘Bazen misafirlerimiz hastane konforunu beğenmiyor ya da İngilizce bilen personel olmamasından kaynaklı sorunlar yaşamaktadır. Fakat bizim kendi personelimiz olduğu için hastalarımızla 7/24 ilgilenmektedirler’ demiştir. Seyahat acentelerden katılımcı 1 ise: ‘Sağlık kuruluşlarındaki personelin eğitimsizliği ve dil yetersizliği karşısında yaşanan sorunlar olabiliyor. Bilinçsiz tedavi ve ameliyatlara sonucunda hastaların yaşadıkları sağlık sorunları da buna eklenebilir’ şeklinde cevap vermiştir.

Tablo 22. Kuşadası’ndaki Sağlık turizmi Paydaşlarının Yeterliliği, Aralarındaki İletişim ve Koordinasyon Durumu

Ana Tema	Alt Tema		Ana Tema	Alt Tema	
Yeterlilik	Yeterli	N	İletişim ve Koordinasyon	Yeterli	N
		7			9
	Yetersiz	N		Yetersiz	N
		19			7

Tablo 22’de sağlık turizmi yetki belgesi olan seyahat acenteleri, yetki belgesi olmayan A grubu seyahat acenteleri ve 5 yıldızlı otel işletmelerine sorulan ‘Kuşadası’nın sağlık turizmi açısından sahip olduğu olanakların yeterli olduğunu düşünüyor musunuz, neler yapılabilir’ şeklindeki soruya alınan cevaplar neticesinde ‘Yeterlilik’ olarak bir ana tema oluşturulmuş ve ‘Yeterli, Yetersiz’ şeklinde de 2 alt tema yapılmıştır. Katılımcılardan 3 gruba da sorulan bu soru neticesinde 7 katılımcı yeterli olduğunu söylerken 19 katılımcı ise yetersiz olduğunu ifade etmiştir.

Sağlık Turizmi yetki belgesi olan ve yetki belgesi olmayan A grubu seyahat acentelerine yöneltilen ‘Kuşadası’nda sağlık turizminde hastaneler, yerel yönetimler, otel işletmeleri, seyahat acenteleri ve sigorta şirketleri arasındaki koordinasyon ve iletişim sizce yeterli midir?’ sorusuna ise 9 seyahat acentesi yeterli derken 7 seyahat acentesi yetersiz demiştir.

Katılımcılardan 3 gruba sorulan ‘Kuşadası’nın sağlık turizmi açısından sahip olduğu olanakların yeterli olduğunu düşünüyor musunuz, neler yapılabilir’ sorusuna verilen cevaplar şu şekilde olmuştur:

Sağlık turizmi yetki belgesi olmayan A grubu seyahat acentelerinden katılımcı 4 ‘Kuşadası sağlık turizmi için yeterlidir. Geliştirmek için yapılması gereken en önemli şey hem

otellerde hem hastanelerde kalifiye personel bulundurulmasıdır' demiştir. Seyahat acentelerinden katılımcı 2: 'Yeterli değildir ve en büyük eksik de hastanedir. Sağlık turizmi için hastaneler açılmalı ve uzman hekimler ve uzman personel ile yola çıkılmalıdır' diye cevaplamıştır. Seyahat acentelerinden katılımcı 7: 'Kuşadası özelinde yeterli bulamıyorum maalesef. Özellikle Antalya, İstanbul ve hatta Bodrum destinasyonlarının arkasında kalmaktayız. Marka otel zincirleri ve marka turizm tesislerinin bölgeye yatırım yapması için teşvik sağlanmalıdır' şeklinde ifade etmiştir. Seyahat acentelerinden katılımcı 3 'Hem otel hem klinik bazında yeterli değildir. Çünkü 3-5 tane alt yapısı olmayan klinik ve eğitimsiz dil bilmeyen personel ile bu iş yürütülemez. Ayrıca otellerin çoğu sadece yaz dönemi açık olduğu için oteller kısıtlı kalmaktadır. Yazın ise daha gemi turistine yetemeyen oteller bir de sağlık turistine hiç yetebileceğini düşünmüyorum. Daha fazla sağlık turizmi kliniği ve hastanesi açılmalıdır ve tabii bu lojistiği sağlayacak firmaların da kalitesini arttırmalı ve denetlenmelidirler. Ayrıca şehir otellerinin kalitesi ve konaklama imkanları da arttırılmalıdır' şeklinde yorum yapmıştır.

Sağlık turizmi yetki belgesi olan seyahat acentelerinden katılımcı 7: 'Yeterli değil, hastaneler hatta prefabrik tatil köyleri, huzur evleri otel şeklinde açılabilir. Doğanın içinde termal tesislerin olduğu hemşire ve doktorların bulunduğu tesisler olabilir' demiştir. Seyahat acentelerinden katılımcı 3: 'Hastane kesinlikle yetersiz. Oteller ise yeterli fakat Avrupa hastasının ne istediğini bilmeli menüler olsun, kanallar olsun çeşitli dillerde olmalı. Hizmet kalitesi arttırılmalıdır. Acenteler de yetersiz ve denetleme yoktur, etik dışı davranmaktadırlar. Mesela bazı operasyonlar için yaşı yetmeyen hastaların yaşı büyütülüp işlem yapılabilir ya da operasyon sonrası kalması gereken hasta yeteri kadar kalmadığı için bazı komplikasyonlar yaşayabiliyorlar' şeklinde ifade etmiştir. Seyahat acentelerinden katılımcı 1 ise: 'Yeterli olduğunu düşünmüyorum. Mesela sağlık kuruluşları belki yeterli fakat hizmet yeterli değil ve yeterli personel de yok. Oteller yeterli fakat yüksek sezonda oda bulmak zor. Seyahat acenteleri yeterli fakat yine bilinçsiz ve eğitimsiz bu işi yapan çok. Bunları gidermek için ise en mağdur olunan yer olan hastanelerdeki personelin eğitilmesi ve geliştirilmesi gerekir' şeklinde yorum yapmıştır.

Otel işletmelerinden katılımcı 4: 'Hazır müşteri için evet yeterli olabilir fakat başka ülkelere açılım açısından yetersiz. Spa, küp ve termal anlamda talebi karşılayacak otel maalesef yok' demiştir. Otel işletmelerinden katılımcı 5 ise: 'Şu an değil özellikle de altyapı olarak, konaklama sayısı yüksek sezonda çok az. Bu nedenle kış dönemi de açılabilir uygun

fiyatlarla cazip hale getirilebilir’ şeklinde cevap vermiştir.

Sağlık turizmi yetki belgesi olan ve olmayan seyahat acentelerine sorulan ‘Paydaşların arasındaki iletişimin yeterli midir’ sorusuna ise sağlık turizmi yetki belgesi olan seyahat acentesinden katılımcı 2: *‘Otel, acente kanalında iletişim yeterli fakat yerel yönetim kuruluşlarıyla iletişim yeterli değil. İşin uygulama ve teori kısmı çok farklı ve bu konuda bilinçsiz denetleme vardır’* demiştir. Seyahat acentelerinden katılımcı 7: *‘Herkes işini yaparsa çok da koordinasyona gerek yok aslında mesela biz misafirimizi kendi araçlarımızla alıp anlaşmalı otellerimize yerleştiriyoruz. Minimalize olarak belli dallarda yapınca sıkıntı olmuyor. Yapabileceğin kadar iş ve kalite olmalıdır’* şeklinde ifade etmiştir. Seyahat acentelerinden katılımcı 3: *‘Kesinlikle yeterli değil, sigorta şirketleri hiç yok mesela ki sağlık turizminde en önemli birim bence. Denetim için altyapısı olmayan eğitimsiz kişiler geliyor. Bu konuda yetiştirilen personeller olmalı ve onlar tarafından denetlenmeliyiz’* demiştir. A4 ise *‘Kesinlikle yeterli değil. Aradaki iletişimi sağlamak için ortak iletişim havuzu kurulup işler ya da sorunlar paylaşılmalı veya paydaşlar arası düzenli toplantılar yapılmalıdır’* şeklinde cevap vermiştir.

Sağlık turizmi yetki belgesi olan ve olmayan seyahat acentelerine sorulan ‘Paydaşların arasındaki iletişimin yeterli midir’ sorusuna ise sağlık turizmi yetki belgesi olmayan A grubu seyahat acentesinden katılımcı 6: *‘Paydaşlar arası koordinasyon sıfır. Sağlık turizmi yapacak eğitimli, farkındalığı yüksek daha çok kurumun olup aradaki iletişim artırılmalıdır’* diye yorumlamıştır. Seyahat acentesinden katılımcı 7: *‘Kuşadası turizmin Türkiye’deki ilk temsilcilerindendir. Bu sebeple kurumlar arasında iletişim veya koordinasyon ile ilgili bir sıkıntı olduğunu düşünmüyorum’* demiştir. Seyahat acentesinden katılımcı 3 ise *‘Kesinlikle yeterli değildir. Özellikle acente, sağlık kuruluşları ve sigorta ayağı geliştirilmeli ve iletişim artırılmalıdır. Çünkü bence sigorta kısmı sağlık turizminde çok önemli ve hassas bir konudur’* şeklinde ifade etmiştir.

Son olarak ‘Kuşadası’nda sağlık turizminin geleceği hakkında düşünceleriniz nelerdir’ sorusuna katılımcı 3 gruptan alınan yorumlar şu şekildedir:

5 yıldızlı otel işletmelerinden katılımcı 4: *‘12 aya yayılabilen bir turizm türü olmasından dolayı tüm paydaşlar açısından avantajlı bir sektördür. Ayrıca ekonomik anlamda da hem ülkeye hem de paydaşlara büyük katkı sağlayacaktır. Yeterli iletişim ve koordineli çalışmalarla gelecek vadeden bir turizm türü olduğunu düşünüyorum’* demiştir.

Otel işletmelerinden katılımcı 2: 'Sağlık turizmi için özel hastane yapılabilir ve diğer paydaşlarla iletişim ağı kurulabilirse müşteri potansiyelini arttırabilecek ileriye yönelik potansiyel bir Pazar olarak görmekteyim' demiştir. O10: 'Büyük şehirler varken buranın alacağı pasta payı büyük olmayacaktır. Yine de yapılan yatırımların sonuçsuz kalacağını düşünmüyorum o yüzden ilerleyecektir fakat bunun için öncelikle kış turizmini canlandırmamız gerekmektedir' demiştir. Otel işletmelerinden katılımcı 5 ise 'Çaba gösterilirse ve otel, acente ve hastane bir arada olduğu sürece bir yerlere getirebilir diye düşünüyorum. İlk atılacak adım ise termalin canlandırılması olmalıdır' şeklinde ifade etmiştir.

Sağlık turizmi yetki belgesi olan seyahat acentelerinden katılımcı 2: 'Şu anda özellikle özel sektör sağlık turizmine ciddi yatırımlar yaptı ve bu yüzden de bitmesini istemeyerek ellerinden gelenin fazlasını yapmaya çalışacaklardır. Hastaneler acenteleri aradan çıkararak kendileri pazarlama yapmak istiyor, acente de kendi menfaatini düşünerek hareket ediyor. İki tarafta az gözlü olmayıp hasta odaklı olursa geleceği parlak bir sektör olacaktır' demiştir. Seyahat acentelerinden katılımcı 7: 'Daha da kötü olacağını düşünüyorum çünkü çok ticari bakılıyor. Ayrıca garsonundan emlakçısına herkes sağlık turizmi yapıyor. Komisyon karşılığı gemilerden kliniklere hanutçuluk ile hasta almaya çalışıyorlar. Klinikler ise yüksek fiyatlarla düşük kalitede çalışıyorlar. Bu şekilde giderse hiçbir gelecek göremiyorum. Seçici olunması, devlet denetlemesinin gerekli sıklıkta yapılması gerekiyor. Herkes yapınca ülke için de kötü reklam oluyor. Bilinçsiz yapılan operasyonlar sonucunda ölen kişilerin sosyal medya aracılığıyla yayılması ülkemize eksi olarak dönecektir. İş bilenlerle, kaliteli, vaat edilen hizmetin verildiği, donanımlı hastane ve oteller ile çok iyi olabilir' şeklinde yorum yapmıştır. Seyahat acentelerinden katılımcı 5: 'Aslında şöyle söyleyebilir ki büyüyen ve gelecek vadeden bir sektör fakat doğru düzgün çalışmalar yapılmazsa farklı destinasyonlara kayma olacaktır. Sağlık turizminin geliştiği İzmir, Çeşme, Bodrum gibi yerlere özellikle de Antalya'ya kayabilir' demiştir. Seyahat acentelerinden katılımcı 1: 'Bu şekilde devam ederse hiçbir yere gidemez. Doktorların bilinçsizliği ve sorumsuzluğu yüzünden ölen hastalar var. Bu çok ciddi bir konu. Acilen personelin arttırılıp eğitim alması gerekmektedir' demiştir. Seyahat acentelerinden katılımcı 4 ise: 'Çok yüksek bir potansiyeli var fakat bunun için en az 2- 3 senesi var. Sadece işlemi yapıp göndermek sağlık turizmi değildir. O hastaya sonrasında çevreyi gezdirebiliyorsan ve sonrasında sezon turisti olarak getirtebiliyorsan o zaman ilerleme kaydedebilecektir' şeklinde yorum yapmıştır.

Sağlık turizmi yetki belgesi olmayan seyahat acentelerinden katılımcı 4: *'Kuşadası'nda sağlık turizmi gelecekte bu bölgenin en önemli turizm alanı olacağını düşünüyorum'* demiştir. Seyahat acentelerinden katılımcı 6: *'Çok iyi görmüyorum. Çünkü sağlık turizmi bir anda alışveriş konseptine döndü yani komisyonculuk arttı. Bu şekilde ilerleme olacağını sanmıyorum. Ama işi bilen, kalifiye personel ile devlet tarafından sürekli denetlenerek koordineli çalışıldığında iyi olabileceğini düşünüyorum'* demiştir. Seyahat acentelerinden katılımcı 7: *'Kuşadası'nda jeotermal sular çok etkin ve bu potansiyelin ne kadar olduğu, kullanılacak yerlere nasıl ulaşacağı gibi alt yapısal hazırlıklar yerel yönetimler tarafından yapılmalıdır. Fakat maalesef Kuşadası özelinde ben çok verimli olduğunu düşünmüyorum. Özellikle Kuşadası bölgesi sağlık turizminde iç ve dış Pazar payını arttırmak istiyorsa Sağlık Turizm Fuarlarında ciddi tanıtımlar yapmalıdır'* şeklinde ifade etmiştir. Seyahat acentelerinden katılımcı 3: *'Mutlaka gelişecektir fakat ben bunun sağlıklı gelişmesinden yanayım. Umarım bu yolda yeterli ve kaliteli klinikler açılır çünkü lojistik anlamda trafik anlamında Kuşadası avantajlıdır ve bu avantajını iyi değerlendirmesi gerekmektedir'* şeklinde cevap vermiştir. Seyahat acentelerinden katılımcı 5 ise *'Böyle giderse dental alanında sıkıntı yaşayabiliriz diye düşünüyorum çünkü etik dışı kasap gibi işler çıkıyor fakat atlanılmaması gereken bir husus var ki o da ülkelerin tazminat sistemlerinin çok ağır olması ve bunun ülkemize getireceği olumsuz yüküdür. Eğer termalde gelişirsek farklı bir destinasyon olabiliriz diye düşünüyorum'* şeklinde yorum yapmıştır.

5. TARTIŞMA

Sağlık turizmi, kişilerin sağlık hizmetlerine erişebilmek için yaşadıkları yerden farklı bir yere seyahat etmeleri olarak tanımlanabilir. Bu seyahatler, yerelde sunulan tedavilerin yüksek maliyetli olması, uzun bekleme listeleri veya bazı hastalıkların sigorta kapsamına girmemesi gibi nedenlerle gerçekleşir. Bu durum, sağlık turizminin uluslararası düzeyde önemli olduğunu göstermektedir (Tontuş, 2015).

Türkiye, benzersiz doğal ve tarihi zenginlikleriyle turizm sektöründe olduğu gibi sağlık turizminde de büyük bir potansiyele sahip olan bir ülkedir. Diğer ülkelere kıyasla daha uygun fiyat avantajları sunması, özellikle coğrafi konumu sayesinde benzersiz doğal ve tarihi güzelliklere sahip olması, sağlık turizmi alanında önemli bir potansiyeli ortaya koymaktadır. Bu potansiyeli harekete geçirmek ve geliştirmek için farklı paydaşlar arasında yüksek düzeyde iş birliği ve ilişkilerin gelişmesi gerekmektedir (Aydın, 2012).

Bu pazarda yerini almak isteyen ülkeler arasında ise ciddi bir rekabet ortamı oluşmaya başlamıştır. Bu nedenle ülkeler kendi potansiyellerini ortaya çıkarmak ve misafirlerin istek ve talepleri doğrultusunda hareket etmek ve kendilerini geliştirmek durumundalardır. Aksi halde bu pazarda bir yer edinebilmeleri ve kazanç sağlayabilmeleri mümkün gözükmemektedir. Bunu başarabilmeleri için ise ilk önce sağlık turizmi farkındalığını topluma kazandırmalı sonrasında ise ülke genelinde turizm faaliyeti gösteren kurum ve kuruluşlarda kapsamlı bir çalışma yapmaları gerekmektedir.

Kuşadası ise sağlık turizmi açısından yüksek potansiyele sahip bir ilçemizdir. İlçe, termal kaynaklarıyla termal turizm, havaalanlarına yakınlığıyla kruvaziyer turizmi gibi turizm alanlarına hizmet vermektedir. Sağlık turizmi için de gerekli alt yapı ve donanımına sahip olması dikkat çekmektedir. Ayrıca güneşli hava ve uygun iklim koşullarıyla birlikte Kuşadası'nın, Efes, Milet, Priene ve Didim antik kentleri, Meryem Ana Evi, Dilek Yarımadası Milli Parkı, Bafa Gölü, Şirince Köyü gibi birçok turistik merkeze yakınlığı da ilçeyi turizm açısından önemli bir konuma getirmektedir (Adıgüzel, 2020). Bu özellikler sayesinde Kuşadası'nın sağlık turizminin geleceğine büyük katkılar sağlayacağı öngörülmektedir. Ancak gerekli reklam, pazarlama ve paydaş iş birliği olmadığı takdirde bu avantajın

dezavantaja dönmesi mümkündür. Bunun olmaması için ise ilçe genelindeki turizm paydaşlarının sağlık turizmi farkındalığının artırılması gerekmektedir.

Literatür incelendiğinde sağlık turizmi farkındalığı veya sağlık turizmi potansiyeli başlıklı çalışmalara rastlanmıştır. Bu çalışmalardan Dökme (2016), çalışmasında Adana ilindeki hastane ve sağlık personeli açısından medikal turizm farkındalığını ölçmek adına çalışmasını yürütmüş ve görüştüğü hastanelerde bir medikal turizm biriminin açılması gerektiği ve personelin yabancı dil konusunda eksiklerinin olduğu, ilin sağlık turizmi konusunda yeterli reklamlarının yapılmadığı sonuçlarına ulaşılmış ve gerekli önlemlerin alınması için önerilerde bulunulmuştur. Bu çalışmada ise Kuşadası'ndaki seyahat acenteleri ve otel işletmelerindeki sağlık turizmi farkındalığının olduğu ama bu çalışmayla ortak olarak çalışan personelin yabancı dil konusunda eksiklerinin olduğu ve ilçenin sağlık turizmi konusunda yeterli tanıtımlarının yapılmadığı sonucuna ulaşılmış ve Dökme (2016) çalışması ile örtüşme sağlamıştır.

Keleş (2019), çalışmasında İstanbul ilindeki 5 hastane ve 5 tıp merkezi yöneticileri ile yaptığı görüşmeler neticesinde yöneticilerin sağlık turizmi sektörüne pozitif baktıklarını, sektörün hızla ilerleyeceği ve gerekli tanıtımların yapılması halinde hızla gelişeceği sonucuna ulaşmıştır. Bu çalışma ile sektörün sağlık turizmine pozitif bakışı ve yeterli reklam çalışmalarıyla beklenen hedefe hızla ulaşacağı konusunda ortak paydada buluşmuştur.

Gökmen ve diğerleri (2021), yürüttükleri çalışmada Konya ve Ankara'da bulunan 3 üniversitenin turizm fakültesinde çalışan 19 akademisyen ile yaptıkları görüşmelerde sağlık turizmi farkındalıklarını değerlendirmiş ve akademisyenlerin farkındalıklarının orta düzeyde olduğu ve sağlık turizmi eğitimleriyle daha fazla bilgiye sahip olabilecekleri saptanmıştır. Bu çalışmada ise görüşme yapılan seyahat acenteleri ve otel işletmelerinin sağlık turizmi alanında eğitim yetersizlikleri saptanmıştır.

Baukute (2012), çalışmasında Litvanya'nın medikal turizm açısından potansiyelini incelenmiş ve Litvanya'nın tanıtım, pazarlama ve paydaşlar ile koordinasyon eksiklerinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu çalışmada da otel işletmeleri ve seyahat acenteleri arasında bazı konularda koordinasyon eksikliği olduğu ve Kuşadası ilçesinin sağlık turizmi konusunda tanıtım ve pazarlama eksikliğinin olduğu saptanmıştır.

Froelich (2012), çalışması neticesinde İsveç'in sağlık turizminde avantajlı duruma geçebilmesi için alanda ürün çeşidine gidilmesi gerektiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu çalışmada

da Kuşadası ilçesinin sağlık turizmi potansiyelinin ortaya çıkarılması adına sağlık turizmi çeşidinin artırılması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.

Vasiliki'nin (2012), çalışmasında Yunanistan'ın medikal turizmi potansiyeli değerlendirilmiş ve sağlık turizmi konusunda birçok avantajlı yönü olmasına rağmen potansiyelinin düşük olduğu sonucuna ulaşılmış ve bu konuda önerilerde bulunulmuştur. Bu çalışmada da Kuşadası'nın turizm potansiyeli ve buna rağmen sağlık turizmi çeşitliliğinde eksik olduğu görülmüştür ve bu alanda öneriler getirilmiştir.

Yalçın (2013), çalışmasında Antalya'nın sağlık turizmi potansiyelini değerlendirmiş ve paydaşlarla yapılan görüşmeler neticesinde sağlık turizminin ve ilin potansiyelinin yüksek olduğu sadece termal turizm konusunda gereken potansiyelde olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu çalışmada da Kuşadası Davutlar 'da yaralan termal su kaynaklarının potansiyeline rağmen beklenen potansiyeli vermediği sonucuna ulaşılmıştır.

Guluzada (2020), Azerbaycan'ın sağlık turizmi potansiyeli incelemiş ve çalışmanın neticesinde Azerbaycan'ın sağlık turizmi potansiyelinin çok yüksek olduğu ve gereken sağlık turizminin görüldüğü saptanırken bu çalışmada Kuşadası'nda sağlık turizmi alanında potansiyel olmasına rağmen beklenen performansı vermemesi konusuna değinilmiştir.

Bayar (2019), çalışmasında Antalya ilinin sağlık turizmi açısından eksikleri saptanmış ve öneriler getirilmiştir. Bu çalışma da Kuşadası'nda faaliyet gösteren otel işletmeleri ve seyahat acenteleri üzerinden sağlık turizmi konusunda yaşanan sorunlar ve bu sorunlara getirilen öneriler mevcuttur.

Dalan (2019), çalışmada Muğla ili sağlık turizmi potansiyelinin incelemiş ve sağlık turizmi paydaşları ile yapılan görüşmeler sonucunda sağlık turizmi farkındalıklarının yüksek olduğu ve sektöre desteklerinin yeterli olduğu tespit edilmiştir. Bu çalışmada da paydaşlar ile görüşülerek sağlık turizmi farkındalıkları saptanmıştır.

Kabukçuoğlu (2013), çalışmasında Nevşehir ilinin Kozaklı ilçesindeki termal tesisler ile yapılan görüşmeler neticesinde ilçenin sağlık turizmi potansiyelinin gerekli tanıtım, alan eğitimleri ve koordineli çalışmalar ile artabileceği saptanmış olup bu çalışmada da benzer sorun ve benzer önlemler ile Kuşadası'nın sağlık turizmi potansiyelinin artabileceği sonucuna ulaşılmıştır.

Daştan (2014), çalışmasında İzmir'deki sağlık turizmi potansiyelini incelemiş ve sağlık turizminin ile katkıları ve geliştirmek adına yapılması gerekenler için önerilerde bulunulurken, Başer ve diğerleri, (2021), Malatya ilinin sağlık turizmi potansiyelini incelemiş ilin avantajları değerlendirilip potansiyeli ve gelişmesi adına yapılacaklar konusunda önerilerde bulunulmuştur. Bu çalışmada da sağlık turizminin Kuşadası ilçesine katkıları ve potansiyeli artırmak adına önerilerde bulunulmuştur.

Özçelik ve diğerleri (2021), çalışmalarında İstanbul ilindeki sağlık turizmi faaliyetlerini seyahat acenteleri tarafından değerlendirilmesi sonucunda seyahat acentelerinde hizmet verilen sağlık turizminin denetimsiz ve yetki belgesi olmayan seyahat acenteleri ya da kurumlar tarafından yapıldığı tespit edilmiştir. Bunun sonucunda ise sektörün olumsuz yönden etkileneceği ve var olan sağlık turizmi potansiyelinin de yok olacağı sonucuna ulaşılmıştır. Bu çalışmada da seyahat acenteleri ile yapılan görüşmeler sonucunda sağlık turizminin denetimsiz ve eğitimsiz ellerde yapılması sonucunda yaşanabilecek sorunlar değerlendirilmiştir.

Adıgüzel (2020), çalışmasında Kuşadası'nın sağlık turizmi potansiyeli yerel yönetim ve turist rehberleriyle yapılan odak grup görüşmeleri ile ortaya konulmuş ve görüşmeler neticesinde sağlık turizmi potansiyeli ortaya çıkarılarak geliştirmek adına önerilerde bulunulurken bu çalışma da Kuşadası'ndaki sağlık turizmi farkındalığı Kuşadası'nda faaliyet gösteren otel işletmeleri ve seyahat acenteleri ile görüşmeler yapılarak tespit edilmiştir. Her iki çalışmada Kuşadası ilçesini ele alarak ortak amaç bakımından örtüşmektedir.

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırmada Kuşadası'nda faaliyet gösteren 5 yıldızlı 10 otel işletmesi, sağlık turizmi yetki belgesi olan 8 adet A sınıfı seyahat acentesi ve 8 adet sağlık turizmi yetki belgeli seyahat acentesinin yöneticileri ve yetkilileri ile sağlık turizmi farkındalığı konusunda görüşme tekniği kullanılarak bilgiler toplanmıştır. Elde edilen veriler sonucunda oluşturulan tablolar yorumlanmıştır. Bulgular neticesinde 5 yıldızlı otel işletmeleri, sağlık turizmi yetki belgeli seyahat acentelerinin sağlık turizmi farkındalıklarının yüksek olduğu, sağlık turizmi yetki belgesi olmayan seyahat acentelerinin farkındalığının ise orta düzeyde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu konuda Kuşadası'ndaki sağlık turizmi potansiyelini arttırmak adına yetki belgesi olmayan seyahat acentelerinde de sağlık turizmi eğitimleri verilerek farkındalıklarının artırılması ve bu sayede sektöre katkıları sağlanması önerilmektedir.

Sağlık turizmi yetki belgesi olan seyahat acentelerinin belgelerini alırken danışmanlık hizmeti almadıkları sonucuna ulaşılmıştır. Bu konuda danışmanlık firmaları etkin hale getirilerek acentelerin belge almaları kolaylaştırılabilir ve danışmanlık firmalarının verecekleri ön bilgilendirmelerle seyahat acentelerinin sektör hakkındaki doğru bilgileri artırılmalıdır. Sağlık turizmi yetki belgesi olmayan A grubu seyahat acentelerinin yetki belgesi almak için başvurularının olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bunun nedeni olarak ise prosedürün çok karışık ve gereksiz olduğunu ve sağlık turizminin geleceğinin olmadığını ifade etmişlerdir. İlçede verilebilecek sağlık turizmi eğitimleriyle bu olumsuz görüşlerin pozitifçe çevrilmesi önerilmektedir.

Kuşadası'nın sağlık turizmi açısından tercih edilebilirliği konusunda katılımcılardan alınan görüşler neticesinde Kuşadası'nın avantajları ve dezavantajları belirlenmiştir. Kuşadası ilçesinin avantajları genel hatlarıyla konumu, iklimi, kültürel zenginliği ve turizm şehri olması gibi görüşler bildirilmiştir. Uzman hekim ve sağlık personeli eksikliği, sağlık turizmi için hastane ve sağlık kuruluşu sayısının az olması, ilçenin tanıtımının az yapılması gibi görüşler de dezavantajlar olarak belirlenmiştir. Dezavantajları avantaja dönüştürebilmek adına sağlık turizmi için tahsis edilen hastane ve sağlık merkezlerinin kurulması, uzman hekim ve alanda eğitimli sağlık personelinin yetiştirilmesi ve özellikle hedef pazar için ilçenin tanıtımlarının yapılması önerilmektedir.

Kuşadası'nda aktif olarak sunulan sağlık hizmetlerinin dış, tüp mide ve estetik alanında olduğu sonucuna varılmış ve bu çeşitliliğin artırılarak saç ekimi, plastik cerrahi, medikal ve kür ve termal alanlarında da sağlık hizmetlerinin geliştirilmesi gerektiği önerilmektedir.

Ayrıca Davutlar bölgesindeki termal su kaynaklarının yeteri kadar değerlendirilemediği sonucuna ulaşılmıştır. Bu konuda ise Davutlar bölgesindeki termal su kaynaklarının değerlendirilerek bölgeye daha çok termal tesis ve otel işletmesi açılarak Kuşadası'nda termal turizm potansiyelinin artırılması önerilmektedir.

İlçeye gelen sağlık turistlerinin en çok İngiltere ve İrlanda'dan geldikleri katılımcılar tarafından bildirilmiştir. Kuşadası'nın tanıtımının etkin yapılması halinde hedef ülke pazarının artırılabilceği düşünülmektedir.

Kuşadası'nda faaliyet gösteren otel işletmelerinin sağlık turizmi konusunda kapasite olarak elverişli oldukları fakat sağlık turistlerinin gereksinimlerini karşılayabilecek yeterlilikte olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu konuda sağlık turizmine özel tatil köyü ve konaklama tesislerinin yapılması halinde potansiyelinin artırılabilceği önerilmektedir.

Seyahat acenteleri, yüksek sezonda otel işletmelerindeki konaklama sorunu, havalimanlarında yaşanan park sorunu, etik dışı, denetimsiz, belgesiz kuruluşların olması gibi sorunlar yaşadıklarını ifade etmişlerdir. Bu sorunlar bakanlık tarafından denetlenen belgeli kuruluşların artırılması ile çözümlenebileceği önerilmektedir. Misafirlerin fiyatların yüksekliği, sağlık personelinin alan bilgisi ve yabancı dil yetersizliği, bilinçsiz tedavi gibi konularda memnuniyetsizliklerinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Sağlık personellerine sağlık turizmi ve yabancı dil eğitimi verilerek yetersizliklerinin giderilebileceği önerilmektedir.

Kuşadası ilçesinin sağlık turizmi açısından yeterli olmadığı sonucuna katılımcıların ifadeleri sonucunda ulaşılmıştır. Sağlık turizmi için açılabilcek tatil köyleri, donanımlı hastaneler, getirilecek uzman hekimler ve yapılabilecek gerekli tanıtımlarla Kuşadası'nın var olan potansiyelini ortaya çıkarılması önerilmektedir.

Görüşmeler neticesinde Kuşadası'ndaki sağlık turizmi paydaşlarından otel işletmelerinin ve seyahat acentelerinin farkındalıklarının yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ortak bilgi akışı sağlanarak paydaşlar arasındaki iletişim ve koordinasyonun iyi yönde geliştirileceği öngörülmektedir.

KAYNAKLAR

- Acar, N. ve Turan, A. (2016). Sağlık Çalışanlarının Sağlık Turizmi Farkındalığı Üzerine Bir Araştırma: Ahi Evran Üniversitesi Eğitim Ve Araştırma Hastanesi Çalışanları Örneği. Nevşehir: *C.Ü. İktisadi Ve İdari Bilimler Dergisi*, Cilt 17, Sayı 1.
- Adıgüzel , M. (2020). *Kuşadası Sağlık Turizm Potansiyelinin Araştırılması*. Aydın: Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Sağlık Turizmi (İnterdisipliner) Yüksek Lisans Programı.
- Ağaoğlu, F. O., Karagöz, N., ve Zabun, S. (2019). Sağlık Turizmi Uygulamaları ve Türkiye'ye Getirilerine İlişkin Bir Değerlendirme. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Dergisi*, 20(2), 428-450.
- Akdaş, O. (2020). *2002 Sonrası Oecd Ülkelerinde Sağlık Turizmi ve Türkiye'nin Payı*. Sivas: Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sağlık Kuruluşları Yöneticiliği Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Akıncı, Z. ve Sönmez, N. (2015). Engelli Bireylerin Erişilebilir Turizm Beklentilerinin Değerlendirilmesine Yönelik Nitel Bir Araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 26(1): 97-113.
- Aksu, C. ve Aktuğ, E. (2011). Güney Ege Bölgesi'nde Termal Turizm Araştırması. *Güney Ege Kalkınma Ajansı*, S 20-21.
- Alabay, M. N. (2008). *Crm Rekabet Stratejisi Olarak Müşteri İlişkileri Yönetimi*. . Ankara,: İlke Yayınevi, 285.
- Al-Azzam, A. F. (2016). A Study Of The Impact Of Marketing Mix For Attracting Medical Tourism In Jordan. *International Journal Of Marketing Studies*, 8(1), 139-149.
- Alımanoğlu, Ç. (2023). *Turizmde Postmodern Tüketim Kültürünün Cittaslow Destinasyonlar Üzerindeki Etkisi: Ege Bölgesi Örneği*. Aydın: Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi

- Altunay, E., Oral, G., ve Yalçınkaya, M. (2014). Eğitim Kurumlarında Mobbing Uygulamalarına İlişkin Nitel Bir Araştırma . *Sakarya University Journal Of Education*,, 4(1), 62-80.
- Arkın, M. (2022). *Sağlık Personelinin Sağlık Turizmi Farkındalığı Üzerine Bir Araştırma; Tekirdağ İli Örneği*. Tekirdağ: Tekirdağ Namık Kemal Üniveristesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sağlık Yönetimi Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Arslan, A. (2014). Türkiye'nin Dış Turistik Tanıtımının Turizm Talebine Etkisi: 2001-2012 Dönemi. . *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(1), 181-192.
- Avcıkurt, C. (2005). *Turizmde Tanıtma Ve Satış Geliştirme*. İstanbul: Değişim Yayınları. 2. Basım. .
- Aydın İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2023). T.C.Kültür Ve Turizm Bakanlığı: <https://aydin.ktb.gov.tr/tr-64362/deniz-turizmi.html> Adresinden Alındı
- Aydın, O. (2012). Türkiye'de Alternatif Bir Turizm; Sağlık Turizmi. . *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2012(2), S. 14, 91-96.
- Aydoğdu, A. F. (2016). *Türkiye Ve Brezilya'da Sağlık Turizmi: Bir Karşılaştırma* . İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Hastane Ve Sağlık Kuruluşlarında Yönetim Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi .
- Ayhan, S. (2021). *Wellness Turizm Destinasyonu Olarak Eskişehir: Kaynaklar, Çeşitler, Sorunlar Ve Çözümler*. Kırklareli: Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Babacan, E. (2023). *Sağlık Profesyonellerinin Sağlık Turizmine İlişkin Algılarını Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma*. Tunceli: Munzur Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi İşletme Anabilim Dalı.
- Baka. (2013,Mayıs 6).*Sağlık Turizmi Sektör Raporu*. Baka: <http://www.baka.org.tr/uploads/48947588121518saglikkatalog-> Adresinden Alındı.

- Baltacı, A. (2019). Nitel Araştırma Süreci: Nitel Bir Araştırma Nasıl Yapılır? . *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2), 368-388.).
- Başer, M. Y., Olcay , A. ve İnce, E. (2021). Malatya İlinin Alternatif Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi Üzerine Nitel Bir Çalışma. *Malatya: Journal Of Tourism And Gastronomy Studies*, 9 (2), 1232-1249.
- Başkale, H. (2016). Nitel Araştırmalarda Geçerlik, Güvenirlik Ve Örneklem Büyüklüğünün Belirlenmesi. . *Dokuz Eylül Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Elektronik Dergisi*, 9(1), 23-28.).
- Baukute, G. (2012). *Medical Tourism: The Analysis Of Positive Aspects Of Establishing Medical Tourism Sector In Lithuania*. Budapest,Hungary: Central European University Department Of Public Policy,Master's Thesis.
- Bayar, K. (2019). *Dünyada ve Türkiye'de Sağlık Turizminin Önemi Ve Gelişimi : Antalya Yöresi Araştırması*. Antalya: Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.
- Bengtsson, M. (2016). How To Plan And Perform A Qualitative Study Using Content Analysis. . *Nursing Plus Open*, 2, 8-14.
- Biçer, D. F. ve İlman , E. (2020). *Sağlık Turizminde Halkla İlişkiler*. Ankara: Eriş, Ü. (Ed.), Sağlık Turizmi, 395-416, İksad Yayınevi.
- Binler, A. (2015). *Türkiye'nin Medikal Turizm Açısından Değerlendirilmesi Ve Politika Önerileri, Uzmanlık Tezi*. Ankara: Sosyal Sektörler Ve Koordinasyon Genel Müdürlüğü. T.C. Kalkınma Bakanlığı Yayın No:2839.
- Bostan, A. (2020). Kuşadası'nda Termal Turizm Potansiyelinin Analizi. *Journal Of New Tourism Trends*, 1(1), 40-54.
- Brandão , F., Liberato , D., Teixeira , A. S. ve Liberato , P. (2021). *Motivations To The Practice Of Thermal Tourism: The Case Of North And Centre Of Portugal, Ortugal*. Portugal: School Of Hospitality And Tourism, Polytechnic Institute Of Porto, And Citur, Center Of Tourism Research,Development And Innovation, Master's Thesis.
- Bulut, A. ve Şengül, H. (2019). Dünyada Ve Türkiye'de Sağlık Turizmi, , . *Yönetim, Ekonomi Ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 3(1):45-62.

- Burkett, L. (2007). Medical Tourism: Concerns, Benefits, And The American Legal Perspective. *The Journal Of Legal Medicine*, 28(2), 223-245.
- Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş., ve Demirel, F. (2012). *Örnekleme Yöntemleri*.
- Cannon Hunter, W. (2007). Medical Tourism: A New Global Niche. *International*, 7(1), 129-140.
- Canver, Ş. S. (2015). *Kamu Ve Özel Hastane Çalışanlarının Sağlık Turizmine İlişkin Algılarının Değerlendirilmesi*. İstanbul: Okan Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Sağlık Yönetimi Anabilim Dalı Yüksek Lisans Bitirme Tezi.
- Cengiz, F. ve Aksöz, E. O. (2018). Müşteri Odaklı Pazarlama Kapsamında Engelli Turizmine Yönelik Teorik Bir İnceleme. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11(1): 126-138.
- Chinai, R. ve Goswami, R. (2007). Medical Visas Mark Growth Of Indian Medical Tourism . *Bulletin Of The World Health Organization*, 85, 164-165.
- Connell, J. (2006). Medical Tourism: Sea, Sun, Sand And... Surgery. *Tourism Management*, 27(6), 1093-1100.
- Connelly, L. M. (2016). Trustworthiness In Qualitative Research. . *Medsurg Nursing*., 25(6), 435-437.
- Cook, P. S. (2008). “What Is Health And Medical Tourism?”, . *Humanities Research Program, Queensland University Of Tecnology*, 1-13.
- Coşkun, A. (2022). *Sağlık Turizmi Kapsamında Türkiye’ye Gelen Hastaların Tercihlerini Etkileyen Faktörlere İlişkin Bir Değerlendirme (Yüksek Lisans Tezi)*. İstanbul: (23-25), İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi.
- Crooks, V. A., Kingsbury, P., Snyder, J., & Johnston, R. (2010). What Is Known About The Patient's Experience Of Medical Tourism? A Scoping Review. . *Bmc Health Services Research*, 10, 1-12.
- Çelik, A. (2009). *Sağlık Turizmi Kapsamında Termal İşletmelerde Sağlık Hizmetleri Pazarlaması Ve Algılanan Hizmet Kalitesi: Balçova Termal İşletmesinde Bir Uygulama* . İzmir: (Doctoral Dissertation, Deü Sosyal Bilimleri Enstitüsü).

- Çetin, O. (2022). Türkiye'nin Sağlık Turizmi Performansının Topsis Yöntemi Ile Değerlendirilmesi (2004-2019). Nevşehir: *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sbe Dergisi*, 12(1), 638-655.
- Çetinkaya, T. (2010). *Ağlık Turizmi Açısından Bursa İli'nin Pazarlanabilirliği Konusunda Sağlık Çalışanlarının Görüşlerinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma*,. Sakarya: Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi.
- Çetinkaya, T. (2010). *Sağlık Turizmi Açısından Bursa İli'nin Pazarlanabilirliği Konusunda Sağlık Çalışanlarının Görüşlerinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma*. Bursa: Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Yüksek Lisans Tezi.
- Çiçek, R. ve Ayderen, S. (2013). Sağlık Turizmi Açısından İç Anadolu Bölgesi'ndeki Kaplıca Ve Termal Tesislerin Mevcut Yapısının Ve Potansiyelinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Kmü Sosyal Ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 15 (25): 25-35.
- Çiçek, R. ve Ayderen, S. (2013). Sağlık Turizmi Açısından İç Anadolu Bölgesi'ndeki Kaplıca Ve Termal Tesislerin Mevcut Yapısının Ve Potansiyelinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Kmü Sosyal Ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 15 (25): 25-35.
- Çullu Kaygısız, N. (2021). Sağlık Turizmi Yetki Belgesi Bulunan Seyahat Acentelerinin Web Sitelerinin Değerlendirilmesi,. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(1): 152-163.
- Dağ, R. (2020). *Türkiye'de Sağlık Turizmi Temali Olarak Yapılan Lisansüstü Tezlerin İncelenmesi*. İstanbul: Üsküdar Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Sağlık Yönetimi Anabilim Dalı Sağlık Yönetimi Programı Yüksek Lisans Tezi.
- Dağlı, M. (2021). *Tıp Fakültesi Ve Turizm Fakültesi Öğrencilerinin Sağlık Turizmi Hakkındaki Farkındalık Düzeyleri Yüksek Lisans Tezi*. Alanya: Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Sağlık Turizmi Anabilim Dalı.
- Dalan, C. (2019). *Muğla İli Sağlık Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesine Yönelik Bir Araştırma*. Muğla: Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Dalan, C., ve Arıkan Saltık, I. (2021). Paydaşların Bakış Açısıyla Muğla İli Sağlık Turizmi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 1451-1473.

- Dalkıran, G. B. (2017). Bir Sağlık Turizmi Destinasyonu Olarak Trakya Bölgesi. *Social Sciences Research Journal*, 6(4): 162-178.
- Daştan, İ. (2014). Türkiye’de Sağlık Turizmi: Türkiye Ve Özelinde İzmir’de Sağlık Turizminin Mevcut Durum Analizi Ve Strateji Önerileri. İzmir: *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* Cilt : 6 Sayı: 10 2014-Haziran (S. 143-163).
- Denzin, N. K. (2008). *The Landscape Of Qualitative Research* . Sage., (C. 1). .
- Dökme, S. (2016). *Sağlık Turizmi Açısından Adana İlinin İncelenmesi Ve Sağlık Çalışanlarının Medikal Turizm Faaliyetlerine Bakış Açısı: Bir Hastane Örneği*. Kahramanmaraş: Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sağlık Yönetimi Ana Bilim Dalı.
- Edinsel, S. ve Adıgüzel, O. (2014). Türkiye’nin Sağlık Turizmi Açısından Son Beş Yıldaki Dünya Ülkeleri İçindeki Konumu Ve Gelişmeleri . *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt 4, Sayı 2, Ss. 167-190.
- Emre, S. (2016). *Sağlık Turizminde Aracı Kurumların Rolü*. Ankara: Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.
- Erdoğan, M. (2018). *Kamu Sağlık Politikalarında Yeni Bir Açılım Sağlık Turizmi;SdÜ Hastanelerinde Çalışan Hekimlerin Sağlık Turizmi Farkındalığı Üzerine Bir Araştırma*. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kamu Yönetimi Anabilim Dalı, Yüksek Lisans tezi
- Eriş, H. (2020). Sağlık Turizmi. H. Eriş İçinde, *Sağlık Turizmi* (S. 409-420). Ankara: Bölüm 12.
- Eysenbach, G. ve Köhler, C. (2002). How Do Consumers Search For And Appraise Health Information On The World Wide Web? . *Qualitative Study Using Focus Groups, Usability Tests, And In-Depth Interviews.*, Bmj, 324(7337), 573-577.
- Forrester, M. A., ve Sullivan, C. (2018). *Doing Qualitative Research In Psychology: . A Practical Guide*.

- Froelich, N. C. (2012). *Medical Tourism: A Study About Motivational Factors And The Prerequisites For Creating A Competitive Offer – With A Swedish Perspective*. Sweden: Södertörn University | School Of Business Studies.
- Garcia-Altes, A. (2005). The Development Of Health Tourism Services. *Annals Of Tourism Research*, 32(1), 262-266.
- Gemalmaz, H. B., ve Ertan, İ. M. (2015). Sağlık Turizmi İnsan Hakları İlişkisi Üzerine Başlangıç Notları. *Ankara Üniversitesi Sbf Dergisi*, 70(4), 1003-1039.
- Gidener, S. (2007). *Sağlık Turizminde Neredeyiz? ”*, . İzmir: V. Turizm Sempozyumu, Yayın No: 1922, 1. Basım.
- Goodrich, J. N. ve Goodrich, G. E. (1991). Health Care Tourism. *Managing Tourism*. Oxford: Butterworth-Heinemann: 108-114.
- Gökmen, B., Şapçılar, M. C. ve Büyükşapçılar, A. (2020). Turizm Fakültesi Akademisyenlerinin Sağlık Turizmine Yönelik Farkındalığının Değerlendirilmesi. *Konya: Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2): 1180-1198. Doi: 10.26677/Tr1010.2020.389.
- Göksel, A. (2014). Stratejik Yönetimde Paydaş Diyalogu Ve Analizi. *Bilim, Sanayi Ve Teknoloji Bakanlığı'nın Sanayi Stratejisine İlişkin İdari Kapasitesinin Güçlendirilmesi Projesi*. Ankara: Bilim, Sanayi Ve Teknoloji Bakanlığı.
- Guluzada, P. (2021). *Azerbaycan Sağlık Turizmi Potansiyelinin Değerlendirmesine Yönelik Öneriler*. Kastamonu: Kastamonu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi.
- Gülbahar, O. (2009). 1990'lardan Günümüze Türkiye'de Kitle Turizminin Gelişimi Ve Alternatif Yönelimler. *Suleyman Demirel University Journal Of Faculty Of Economics & Administrative Sciences*, 14(1).
- Gülmez, Z. (2012). *Türkiye’de Ve Dünya’da Sağlık Turizmi Ve Çeşitleri: Sağlık Turizminin Ülkemizdeki Mevcut Durumu Ve Bazı Ülkelerle Kiyaslanması*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Hastane Ve Sağlık Kuruluşlarında Yönetim Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi.

- Günbey Şerifoğlu, A. ve Aytekin, B. A. (2021). Sağlık Turizminde Girişimcilik Uygulamaları Ve Paydaşlar Arası Etkileşim Becerileri. E. C. Aziz Bostan İçinde, *Turizmde Yeni Umut: Sağlık Turizmi* (S. 184-209). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Han, H. ve Hyun, S. S. (2015). Customer Retention In The Medical Tourism Industry: Impact Of Quality, Satisfaction, Trust And Price Reasonableness. *Tourism Management*, 46, Ss.20-29.
- Heung, V. C., Kucukusta, D. ve Song, H. (2011). Medical Tourism Development In Hong Kong: An Assessment Of The Barriers. *Tourism Management*, 32(5), 995-1005.
- İyem, C. ve İslamoğlu, E. (2021). Covid-19 Öncesi Ve Sonrası Geriatri Turizmi: Kuşadası Özelinde Karşılaştırmalı Bir Analiz. B. Yenihan, & E. İslamoğlu İçinde, *Ekonomik Ve Sosyal Boyutlarıyla Pandemi* (S. 101). Ankara: Berikan Yayınevi.
- Kabukçuoğlu, S. (2013). *Nevşehir İli Kozaklı İlçesindeki Sağlık Turizmi Potansiyeli Ve Bu Potansiyeli Artırabilmek İçin Yapılabilecekler*. İstanbul: Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Yönetimi Ana Bilim Dalı Hastane Ve Sağlık Kurumları Yönetimi Bilim Dalı, Yüksek Lisans tezi.
- Kanıgür, S. (2021). *Ankara'nın Sağlık Turizmi Potansiyeli Üzerine Bir İnceleme, Ankara Örneği, Yüksek Lisans Tezi*. Ankara: Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
- Karagülle, M. Z. (2010). *Sağlık Turizminde Güncel Gelişmeler Ve Gelecek*. Ty). Spamakale. Asp: Www. Spa-Turkey. Com Adresinden Alındı
- Kavak, D. G. (2018). Türkiye Sağlık Hizmetleri Kalite Ve Akreditasyon Enstitüsü Sağlıkta Akreditasyon Standartları. *Sağlıkta Kalite Ve Akreditasyon Dergisi*, 14-20 .
- Kaya, S., Yıldırım, H. H., Karsavuran, S., ve Özer, Ö. (2013). *Türkiye Medikal Turizm Değerlendirme Raporu 2013* . Ankara: Şencan İrfan, Aydın Dursun (Ed.): Pozitif Matbaa.
- Keleş, H. (2019). *Uluslararası Hasta İlişkileri Yöneticilerinin Sağlık Turizmine Bakış Açısı Ve Sağlık Turizmi Faaliyetlerinin Değerlendirilmesi*. İstanbul: İstanbul Medipol Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi.

- Khairunnisaa, C. ve Hatta, M. (2017). "The Development Of Health Tourism Industries In Malaysia". *Social Sciences And Economics*, Vol. 4, No. 1, Pp. 2356 – 2536.
- Kılıç, S. (2013). Örnekleme Yöntemleri. *Journal Of Mood Disorders*, 3(1), 44-6.
- Kiremit, A. Ş. (2008). *Turizm Gelişiminde Bir Alternatif Olarak Medikal Turizm: Bir Sağlık Kuruluşundan Araştırma*. Ankara: Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Koçak, A. ve Özgür, A. (2006). İçerik Analizi Çalışmalarında Örneklem Sorunu. *Selçuk İletişim*, 4(3), 21-28.
- Korkmaz Özcan, Z. (2014). *Yeni Kamu Yönetimi Çerçevesinde Türkiye'de Sağlık Turizminin Yapısal Değerlendirilmesi: Antalya Örneği*. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi.
- Kostak, D. (2007). *Turizm Hareketleri (Türkiye Örneği Üzerinden Sağlık Turizmi)*. İstanbul: Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Uluslararası İktisat Bilim Dalı, (Yüksek Lisans Tezi).
- Köksal, A. (1988). Ege Bölgesinin Turizm Coğrafyası. *Ankara Üniversitesi Dil Tarih Coğrafya Fakültesi Dergisi*, 32(1-2), S 58.
- Kördeve, M. K. (2016). Sağlık Turizmine Genel Bir Bakış Ve Türkiye'nin Sağlık Turizmindeki Yeri. *Uluslararası Sağlık Yönetimi Ve Stratejileri Araştırma Dergisi*, Cilt 2, Sayı 1 .
- Kunaçaf, E. S. (2020). *Health Tourism Within The Scope Of Service Marketing Approach*. İstanbul: Bahcesehir University Institute Of Social Sciences Master Of Business Administration Master's Thesis.
- Kuto. (Tarih Yok). *Kuşadası Genel Bilgiler*. Kuto;Kuşadası Ticaret Odası: <https://kuto.org.tr/tr/kusadası/genel-bilgiler/> Adresinden Alındı
- Kültür ve Turizm Bakanlığı . (2013). *Gelenekten Geleceğe Türkiye'de Somut Olmayan Kültürel Miras*. Ankara: Desen Ofset.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2007). *Türkiye Turizm Stratejisi (2023)*. Ankara.
- Kvale, S. (1994). *Interviews: An Introduction To Qualitative Research Interviewing*. . Sage Publications,.

- Leng, C. H. (2010). Medical Tourism And The State In Malaysia And Singapore. *Global Social Policy*, 10(3), 336-357.
- Lund, J. W., J. W. ve Freeston, D. H. (2001). World-Wide Direct Uses Of Geothermal Energy 2000. *Geothermics*, 30(1), 29-68.
- Lunt, N., Smith, R., Exworthy, M., T., S., Horsfall, G. D. ve Mannion, R. (2011). Medical Tourism:Treatments, Markets And Health System Implications: A Scoping Review. *Oecd*, 1-55.
- Manaf, N. H., Hussin, H., Kassim, P. N., Alavi, R. ve Dahari, Z. (2015). Medical Tourism Service Quality: Finally Some Empirical Findings, . *Total Quality Management & Business Excellence*, Doi: 10.1080/14783363.2015.1068597.
- Marlowe, J. ve Sullivan, P. (2007). *Medical Tourism:The Ultimate Outsourcing*. United States: Forum.
- Marshall, C. ve Rossman, G. B. (2014). *Designing Qualitative Research*. . Sage Publications.
- Mohamad, W. N., Omar, A. ve Haron, M. S. (2012). The Moderating Effect Of Medical Travel Facilitators In Medical Tourism. Faculty Of Business Management Universiti Teknologi Mara, Perak, Malaysia,School Of Management, Universiti Sains Malaysia, Penang, Malaysia: *Procedia - Social And Behavioral Sciences* 65 (2012) 358 – 363 .
- Muzaffar, F. ve Hussain, I. (2007). Medical Tourism: Are We Ready To Take The Challenge? *Journal Of Pakistan Association Of Dermatologists*, 17(4), 215-218.
- Olçay, A., Giritlioğlu, İ. ve Parlak, Ö. (2014). Enat (European Network For Accessible Tourism-Avrupa Erişilebilir Turizm Ağı) İle Türkiye'nin Erişilebilir Turizme Yönelik Otel İşletmelerini Kapsayan Düzenlemeleri Ve Bu Düzenlemelerin Karşılaştırılması. *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi* , 127-144.
- Olgun, C. K. (2012). *Nitel Araştırmalarda İçerik Analizi Tekniği* . C. K. Olgun İçinde, Sosyoloji Notları (S. 66-70). Ankara.
- Özcan, Z. K. ve Aydın, V. (2015). *Sağlık Turizmi (Teori Ve Politika)*. Kocaeli: Umuttepe Yayınları, 76, 159.

- Özçelik, A., Gül, İ. ve Kızılırmak, İ. (2021). Sağlık Turizmi İşleyiş Sürecinin Seyahat Acentaları Açısından Değerlendirilmesine Yönelik Bir Uygulama, İstanbul Örneği. İstanbul: Tucade - *Turizm Çalışmaları Dergisi Journal Of Tourism Studies*, 3(1), 55-69.
- Özer , Ö. ve Songur , C. (2013). Türkiye'nin Dünya Sağlık Turizmindeki Yeri Ve Ekonomik Boyutu . *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*.;4(7):69-81.
- Özsarı, S. H. ve Karatana, Ö. (2013). Sağlık Turizmi Açısından Türkiye'nin Durumu. *Kartal Eğitim Ve Araştırma Hastanesi Tıp Dergisi*, 24 (2).
- Öztürk, H. (2011). Sağlık Turizmi Tahvilleri. *Maliye Dergisi*, № 152 12 (5): S, 17.
- Pektaş, H. (1987). Reklâm Nedir? İşlevi Ve Etkileri Nelerdir? *Ondokuz Mayıs University Journal Of Education Faculty*, 2(1), 222-231.
- Raddy, S. G. (2013). Medical Tourism In India: An Exploratory Study. Manhattan, Kansas: *Department Of Geography College Of Arts And Sciences Kansas State University*.
- Rančić, M., Raljić, J. P. ve Pavić, L. (2013). Spa-Wellness Center As Part Of The Hotel Facility. *Turizam* , Volume 17, Issue 2, 45-59 .
- Rooney, A. L. ve Van Ostenberg, P. R. (1999). *Licensure, Accreditation, And Certification: Approaches To Health Services Quality*. Bethesda:. Center For Human Services, Quality Assurance Project.
- Saatçi, G., Gül, M. K. ve Öztürk, Ö. (2022). Sağlık Turizmi Yetki Belgesine Sahip Aracı Kuruluşların Sundukları Hizmetlerin İncelenmesi. *Journal Of Gastronomy, Hospitality And Travel*, 5(1), 55-65.
- Sağlık Bakanlığı. (2016). *Sağlık Turizmi Ve Turist Sağlığı Kapsamında Sunulacak Sağlık Hizmetleri Hakkında Yönerge*. T.C. Sağlık Bakanlığı: <https://www.saglik.gov.tr/tr/11286/saglik-turizmi-ve-turist-sagligi-kapsaminda-sunulacak-saglik-hizmetleri-hakkinda-yonerge.html> Adresinden Alındı

- Sağlık Bakanlığı. (2017). "Sağlık Turizminin Tanıtımı İşbirliği Protokolü". T.C. Sağlık Bakanlığı: <https://www.saglik.gov.tr/Yazdir?72ce6d6e281f9a13dc8f885f92f5079f> Adresinden Alındı
- Sağlık Turizmi Daire Başkanlığı. (2022). *Sağlık Turizmi Hakkında*, <http://saglikturizmi.gov.tr/tr,175/saglik-turizmi-hakkinda.html> (Erişim Tarihi: 02.08.2022).
- Sandelowski, M. (1986). The Problem Of Rigor In Qualitative Research. . *Advances In Nursing Science*, 8(3), 27–37.
- Seidman, I. (2006). *Interviewing As Qualitative Research: A Guide For Researchers In Education And The Social Sciences*. . Teachers College Press.
- Sezgin, O. (2020). *Türkiye 'de Sağlık Turizmi Ve Dünya 'nın Lider Ülkelerinden Hindistan Ile Kıyaslanması*. İstanbul: Yüksek Lisans Tezi, Okan Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Sağlık Yönetimi Ana Bilim Dalı.
- Smith , P. C. ve Forgione , D. (2007). Global Outsourcing Of Healthcare: A Medical Tourism Decision Model,. *Journal Of Information Technology Case And Application Research* 9(3).
- Somuncu, F. (2017). Sektörden Bir Bakış Açısı: Sağlık Turizminde Aracı Kuruluşlar. İçinde, . *Sağlık Turizmi*, 389-403.
- Soysal, A. (2017). Sağlık Turizmi: Tehdit Ve Fırsatlar Bağlamında Türkiye Açısından Bir Durum Değerlendirmesi . Çatalhöyük: *Çatalhöyük Uluslararası Turizm Ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Sayı: 2 – Sayfa: 169-187 .
- Su Topbaş, Z. (2020). *Alkol/Madde Bağımlılığı Tanısı Almış Bireylerin Taburculuk Sonrası İzlemlerinde Kullanılmak Üzere Telepsikiyatrik Hasta Takip Formunun Geliştirilmesi (Master's Thesis. Sağlık Bilimleri Enstitüsü)*.
- Sügür, A. (2016). *Türkiye 'nin Medikal Turizm Açısından Son Üç Yıldaki Mevcut Durumu Ve Medikal Turizm Sektöründeki Ekonomik Boyutunun Geliştirilmesine Yönelik Bir Değerlendirme. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. . İstanbul: Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Şak, N. (2020). Sağlık Turizmi Ve Ekonomik Büyümede Asimetrik Etkiler: Türkiye Uygulaması. *Uluslararası Yönetim İktisat Ve İşletme Dergisi*, Cilt 17, Sayı 3, *Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi, İİBF, Osmaniye*.
- Şapçılar, M. C. ve İlyasov, A. (2021). Kütahya İlinin Termal Turizm Potansiyelinin Swot Analizi İle Değerlendirilmesi. S. Z. Kavacık, S. Uslu, S. Aras, & F. E. Güleç İçinde, *Turizm Araştırmaları Alternatif Yaklaşımlar* (S. 17-49). Konya: Neü Yayınları.
- Şimşek, H. ve Yıldırım , A. (2011). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. 432, 113-118. Ankara: Seçkin Yayıncılık,.
- T.C. Kalkınma Bakanlığı. (2018). *On Birinci Kalkınma Planı 2019-2023 Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporu*. Ankara: Yayın No: Kb: 3009- Öik: 790.
- T.C. Sağlık Bakanlığı . (2014). “*Geriatri Ve Engelli Turizmi*”,
[Http://Saglikturizmi.Gov.Tr/Geriatrics.Php](http://Saglikturizmi.Gov.Tr/Geriatrics.Php) (Erişim Tarihi: 02.08.2022).
- T.C. Sağlık Bakanlığı Aydın İl Sağlık Müdürlüğü. (2022, Ağustos 32). *Sağlık Turizmi Yetkili Sağlık Tesisleri Ve Aracı Kuruluşlar*. T.C. Sağlık Bakanlığı Aydın İl Sağlık Müdürlüğü: [Https://Aydinism.Saglik.Gov.Tr/Tr-253808/Saglik-Turizmi-Yetkili-Saglik-Tesisleri-Ve-Araci-Kuruluslar.Html](https://Aydinism.Saglik.Gov.Tr/Tr-253808/Saglik-Turizmi-Yetkili-Saglik-Tesisleri-Ve-Araci-Kuruluslar.Html) Adresinden Alındı
- T.C.Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2022). *Aydın İl Kültür Ve Turizm Müdürlüğü*. T.C.Kültür Ve Turizm Bakanlığı: [Https://Aydin.Ktb.Gov.Tr/Eklenti/92837,Bakanlik-Isletme-Belgeli-Tesisler-AdresindenAlindi](https://Aydin.Ktb.Gov.Tr/Eklenti/92837,Bakanlik-Isletme-Belgeli-Tesisler-AdresindenAlindi)
- Tatar, M. (2011). Sağlık Hizmetlerinin Finansman Modelleri: Sosyal Sağlık Sigortasının Türkiye’de Gelişimi. *Sgd, Sosyal Güvenlik Dergisi*, Cilt 1, Sayı 1, Sayfa 103-133.
- Tekindal, M. ve Uğuz Arsu, Ş. (2020). Nitel Araştırma Yöntemi Olarak Fenomenolojik Yaklaşımın Kapsamı Ve Sürecine Yönelik Bir Derleme. *Ufku Ötesi Bilim Dergisi*, 20 (1), 153- 182.
- Tellioğlu, S. ve Tekin, M. (2021). Engelli Bireylerin Konaklama İşletmelerindeki Memnuniyetini Ölçmeye Yönelik Bir Araştırma. *Journal Of History School*, 53, 3060-3082.
- Temizkan, S. P. ve Çiçek, D. (2015). *Sağlık Turizmi*. Ankara: Detay Yayıncılık.

- Tengilimoğlu, D. (2005). Sağlık Turizmi: Tedavi Amaçlı Turizm Ve Termal Turizmde Sorunlar Ve Çözüm Önerileri. *Hastane Dergisi*, 34(90-96), 90.
- Tengilimoğlu, D. (2021). Sağlık Turizmi Ve Devlet Teşvikleri. İstanbul: *Journal Of Life Economics*. 8(1), 1-10, Doi: 10.15637/Jlecon.8.1.01.
- Tontuş, H. (2015). *Tüm Yönleriyle Sağlık Turizmi Ülkeler*. . Ankara: Tc Sağlık Bakanlığı Sağlıkın Geliştirilmesi Genel Müdürlüğü, Anıl Matbaacılık S, 74.
- Tontuş, Ö. (2017). Sağlık Turizmi Nedir? Ö. Tontuş İçinde, *Tüm Yönleriyle Sağlık Turizmi*. Ankara: Satürk.
- Tontuş, Ö. (2017). *Sağlık Turizminde Türkiye Vizyonu* . Ö. Tontuş İçinde, *Tüm Yönleriyle Sağlık Turizmi*. Ankara: Satürk.
- Tuna , M., Kızanıklı, M., ve Küçükergin , K. G. (2017). Turizm Sektörü Raporu 2017 Ocak-Haziran Dönemi. *Türsab&Tuader*, 43-44.
- Tursab.Org.Tr. (2022), Temmuz 10). *Tursab*. Tursab.Org.Tr: <https://www.Tursab.Org.Tr> Adresinden Alındı
- Tütüncü, Ö. ve Ergüven, M. H. (2013). *Termal Ve Spa Hizmetleri*. Ankara: Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2904.
- Tütüncü, Ö., Kiremitçi, İ. ve Çalışkan, U. (2011). Sağlık Turizmi, Güvenlik Ve Kalite. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 22 (1): 91-93.
- Ushaş. (2023, Nisan 16). Ushaş: <https://Www.Ushas.Com.Tr/Saglik-Turizmi-Verileri/> Adresinden Alındı
- Uyanık Çavuşoğlu, A. (2018). Sağlık Turizmi Aracı Kuruluşu Hizmet Standartları Hakkında Düşünce Ve Öneriler. *İstanbul: Sağlıkta Kalite Ve Akreditasyon Dergisi*, 1-5.
- Uyanık Çavuşoğlu, A. (2018). Sağlık Turizmi Aracı Kuruluşu Hizmet Standartları Hakkında Düşünce Ve Öneriler. *Türkiye Sağlık Hizmetleri Kalite Ve Akreditasyon Enstitüsü Sağlıkta Kalite ve Akreditasyon Dergisi*, 1-5.
- Uygun, M. (2018). *Türkiye'de Sağlık Turizmi Alanında Paydaş Analizi: Ankara'da Sosyal Ağ Analizi Yaklaşımı Uygulaması*. Ankara: Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi.

- Vasiliki, P. (2012). *Exploring And Exploiting Medical Tourism Opportunities In Greece* . Greece: Doctoral Dissertation, Master Thesis, University Of Patras,.
- Wong, K. M. ve Musa, G. (2012). Medical Tourism: The Ethics, Regulation, And Marketing Of Health Mobility. K. M. Wong İçinde, *Medical Tourism* (S. 167-186). Routledge, London And Newyork.
- Yaba, M. (2022). *Sağlık Turizmi Farkındalık Düzeyinin Belirlenmesi Üzerine Bir Alan Araştırması*. Sivas: Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sağlık Turizmi İşletmeciliği Ana Bilim Dalı.
- Yalçın, B. (2013). *Antalya İli Sağlık Turizmi Potansiyeli Araştırması*. Antalya: Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı Doktora Tezi.
- Yapıcı, O. Ö. (2021). The Evaluation Of Turkey Tourism Within The Context Of Health Tourism, O. Ö. Yapıcı. İçinde Sofia: St. Kliment Ohridski University Press.
- Yazıcı, F., ve Sözbilir, M. (2016). İlköğretim 6-8. Sınıf Öğretmenlerinin Ölçme-Değerlendirme Yöntemlerine Bakış Açıları, Kullanım Kriterleri Ve Karşılaştıkları Problemler: Erzurum Örnekleme3. *Msku Eğitim Fakültesi Dergisi Msku Journal Of Education* , Issn 2148-6999 Cilt-Volume 3, Sayı- Number 1.
- Yıldırım, S. (1997). Üçüncü Yaş Turizmi Ve Bunun Türkiye Açısından Değerlendirilmesi . *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, (1-2), 77-81.
- Yılmaz, Y., Yurcu, G., ve Aybar, D. H. (2022). *Sağlık Turizmi Disiplinlerarası Yaklaşım*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yoldaş, M. A. ve Ergezer, Ç. (2013). Üniversitede Eğitim Görmekte Olan Öğrencilerin Reklamlara Karşı Tutum Ve Davranışları Üzerine Kırgızistan'da Ampirik Bir Araştırma. . *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(1), 280-297.
- York, D. (2008). Medical Tourism: The Trend Toward Outsourcing Medical Procedures To Foreign Countries . *Journal Of Continuing Education In The Health Professions*, 28 (2), Ss. 99-102.

Zararsız, F. (2022). *Geleneksel Ve Tamamlayıcı Tıp (Getat) Uygulamalarına Yönelik Tutum Ve Davranışların Belirlenmesi Ve Sağlık Turizmi Açısından Değerlendirilmesi; Alanya Örneği*. Alanya: Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Sağlık Turizmi Anabilim Dalı, Yüksek lisans tezi

