



Türk Turizm Araştırmaları Dergisi

2020, 4(2): 1607-1623.

DOI: [10.26677/TR1010.2020.415](https://doi.org/10.26677/TR1010.2020.415)

ISSN: 2587-0890 Dergi web sayfası: <https://www.tutad.org>



ARAşTIRMA MAKALESİ

Medikal Turizm Girişimciliği: İstanbul Örneği*

Dr. Öğr. Üyesi Fatma Doğanay ERGEN, Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Isparta, e-posta: fatmaergen@isparta.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2818-8944>

Doç. Dr. Burhan AYDEMİR, Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Balıkesir, e-posta: burhanaydemir@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5887-3520>

Öz

Medikal turizm, ülke ekonomisine yaptığı katkı ile sağlık turizm çeşitleri arasında önemli bir paya sahiptir. İstanbul'un da bu payda ciddi bir etkisi olmaktadır. İstanbul'un medikal turizmde özellikle özel hastanelerde var olan potansiyelinin geliştirilmesi ve kamu hastanelerinde medikal turizm faaliyetlerinin daha etkin gerçekleştirilebilmesi için sektörün durumunun ortaya konulmasının önemli olduğu düşünülmüştür. Bu kapsamda hastane yöneticileri ve kamu hastanesi başhekim/başhekim yardımcıları ile mülakatlar gerçekleştirilmiştir. Aynı zamanda hekimler ile gerçekleştirilen anket ile İstanbul'un medikal turizm potansiyeli, SWOT analizi ile değerlendirilmiştir. Araştırmanın önemli sonuçları arasında işletmelere verilen desteklerin etkin olduğu ve desteklerin verilmeye devam etmesinin beklendiği, sektörün ihtiyacının profesyonel aracı kurumlar olduğu belirlenmiştir. Kamu hastanelerinde etkin medikal turizm faaliyetleri için fiziki iyileştirmelerin hızlandırılmasına ve sağlık çalışanlarının yabancı dil eğitimi için eğitimler düzenlenmesine ihtiyaç olduğu görülmektedir. SWOT analizi sonuçlarının önemli bulguları arasında ise, İstanbul'da sunulan sağlık hizmetlerinin diğer ülkelere göre daha ucuz olması İstanbul için en önemli fırsat iken, İstanbul'da yaşanan terör olaylarının en önemli tehdit unsuru olduğu görülmüştür.

*Bu makale, 17-21 Ekim 2018 tarihleri arasında Afyonkarahisar'da gerçekleştirilen 19. Ulusal Turizm Kongresi'nde sözlü olarak sunulan bildirinin genişletilmiş hali olup doktora tezinden üretilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sağlık Turizmi, Medikal Turizm Girişimciliği, İstanbul, SWOT.

Makale Gönderme Tarihi: 02.02.2020

Makale Kabul Tarihi: 13.04.2020

Önerilen Atıf:

Ergen, F. D. ve Aydemir, B. (2020). Medikal Turizm Girişimciliği: İstanbul Örneği, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2): 1607-1623.

© 2020 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.



Journal of Turkish Tourism Research

2020, 4(2): 1607-1623.

DOI: [10.26677/TR1010.2020.415](https://doi.org/10.26677/TR1010.2020.415)

ISSN: 2587-0890 Journal Homepage: <https://www.tutad.org>



RESEARCH PAPER

Medical Tourism Entrepreneurship: The Case of İstanbul

Assistant Prof. Dr. Fatma Doğanay ERGEN, Isparta University of Applied Sciences, Faculty of Tourism, Isparta, e-mail: fatmaergen@isparta.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2818-8944>

Associate Prof. Dr. Burhan AYDEMİR, Balıkesir University, Faculty of Tourism, Balıkesir, e-posta: burhanaydemir@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5887-3520>

Abstract

Medical tourism has an important share among the types of health tourism with its contribution to the country's economy. İstanbul has a serious impact on this share. It is considered that it is important to reveal the situation of the sector in order to develop the potential of İstanbul in medical tourism especially in private hospitals and to realize the medical tourism activities in public hospitals more effectively. In this context, interviews were carried out with hospital administrators and chief physicians / chief physicians. At the same time, the medical tourism potential of İstanbul was evaluated with SWOT analysis. Among the important results of the study, it is observed that the supports given to enterprises are effective and the supports are expected to continue and the problem of the sector is lack of professional intermediary institutions. It has been determined that physical rehabilitation is needed for effective medical tourism activities in public hospitals and studies for foreign language education of health workers are needed. Among the important findings of the SWOT analysis results, while the health services offered in İstanbul are cheaper than other countries, it is seen that İstanbul is the most important threat.

Keywords: Health Tourism, Medical Tourism Entrepreneurship, İstanbul, SWOT.

Received: 02.02.2020

Accepted: 13.04.2020

Suggested Citation:

Ergen, F. D. and Aydemir, B. (2020). Medical Tourism Entrepreneurship: The Case of İstanbul, *Journal of Turkish Tourism Research*, 4(2): 1607-1623.

© 2020 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.

GİRİŞ

Başta gelişmiş ülkeler olmak üzere dünya nüfusunun giderek yaşlanması ile hastalık yükü içerisinde kronik hastalıkların ağırlığının artması ve buna bağlı olarak artan tedavi harcamaları, kişilerin maliyetleri daha düşük olan ülkelere tedavi olmak amacıyla gitmelerine sebep olmaktadır. Maliyetlerin yanında kendi ülkelerindeki tedavi hizmetlerinin uzun bekleme süreleri de kişileri yurt dışında hizmet almaya yöneltmektedir. Dolayısıyla uzun bekleme sürelerinden kurtulma, daha düşük maliyetli hizmet almaya yönelik taleplerdeki artış, ülkeler arası ulaşım imkânlarının artması ve iletişim teknolojilerinin hızla gelişmesine bağlı olarak yurt dışındaki hastaneler hakkında daha kolay bilgi edinebilmeleri, kişilerin sağlık hizmeti almak için yurt dışına çıkmalarını kolaylaştırmaktadır (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2014: 1). Dolayısıyla küreselleşmenin etkisiyle dünyada daha iyi sağlık hizmeti için ülkeler arası sağlık alışverişine başlanmış ve sağlık turizmi alanında karlılık da yaşanmaya başlamıştır. Bu karlılığın farkına varan ülkeler de yurt dışından hasta getirmekte veya tatile gelen turistlere sağlık hizmeti sunmaktadırlar. Böylece ülkeler uluslararası alanda yer almaya başlamış ve sağlık turizmi günümüzde daha fazla tercih edilir duruma gelmiştir (Kördeve, 2016: 52).

Sağlık turizmi çeşitleri arasında ülkenin ekonomisine yaptığı katkı sebebiyle de medikal turizm dikkati çekmektedir. Tedavi olmak için seyahatlerin gerçekleştirilmesi ile ortaya çıkan medikal turizmde, Türkiye'nin güçlü bir potansiyeli olduğu görülmektedir. Diğer yandan medikal turizmin ülke ekonomilerine yaptığı katkı rekabeti de beraberinde getirmektedir. Ülkeler arasında oluşan yoğun rekabet ortamında Türkiye'nin rekabet gücünün arttırılması için çalışmalar yapılması önem arz etmektedir. Bu kapsamda İstanbul'un medikal turizmdeki potansiyeli sebebiyle Türkiye'nin rekabet ortamındaki gücüne katkı sağladığı görülmektedir. İstanbul'un sahip olduğu medikal turizm potansiyelinin geliştirilmesi için medikal turizm faaliyetlerini aktif bir şekilde gerçekleştiren kişilerin görüşlerinin alınmasının önemli olduğu düşünülmüştür. Bu kapsamda İstanbul'daki medikal turizmi aktif olarak gerçekleştiren hastane yöneticileri ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Elde edilen bulgular neticesinde İstanbul'da medikal turizm sektörünün eksikliklerinin, sorunlarının belirlenerek çözüm önerileri sunulmaya çalışılmıştır. Bununla birlikte güçlü olunan alanların belirlenerek ön plana çıkarılması hususlarında da katkı sağlandığı düşünülmektedir. Böylece İstanbul'un potansiyelinin başarılı şekilde değerlendirilmesine ve medikal turizmde rakiplere karşı avantaj elde edilmesine yardımcı olunabilecektir. Diğer yandan literatür incelendiğinde İstanbul'da yapılmış böyle bir çalışmaya rastlanılmamış olması sebebiyle çalışma ile literatüre katkı sağlanmasına da çalışılmıştır.

LİTERATÜR

Medikal Turizm

Sağlık turizmi turistik ürün çeşitleri arasında sayılmakta ve esasen "sağlık amaçlı yapılan seyahatler" olarak bilinmektedir (Selvi, 2008: 275). Goodrich ve Goodrich (1987: 217) ise, sağlık turizmini, bir turistik tesis veya destinasyonun turistlerin düzenli turistik olanaklarına ek olarak sağlık bakım hizmetlerini teşvik ederek turistleri çekme girişimi olarak tanımlamıştır (Smith, 2008: 2). T.C. Sağlık Bakanlığı (2013: 5), sağlık turizmini, sağlığın korunması, geliştirilmesi ve hastalıkların tedavi edilmesi amacıyla ikâmet edilen yerden başka bir yere seyahat edilmesi ve gidilen yerde en az 24 saat kalınarak sağlık ve turizm olanaklarından yararlanılması olarak tanımlamaktadır. Belirtilen amaçlarla seyahat eden kişiye de "sağlık turisti" denilmektedir. Sağlıklı yaşam sunan her türlü turizm sağlık turizmi kabul etmek gerekmele birlikte sağlık

turizmi üç ana başlıkta değerlendirilmektedir: “Medikal (tıp) turizmi”, “Termal turizm (SPA-Wellness)”, “İleri yaş ve engelli turizmi” (T.C. Sağlık Bakanlığı, 2012a: 64).

Medikal turizm ile ilgili tanımlar incelendiğinde, “yurt dışında veya yurtiçinde başka bölgelerde bakım ve tedavi için “evden ayrılma” süreci” olarak sağlık sektöründe ortaya çıkan bir olgu olarak tanımlanmaktadır (Deloitte, 2009: 3). Smith ve Puczko (2009: 101) ise medikal turizmi, ameliyat veya diğer uzman müdahaleler gibi tıbbi tedavi alınacak yerlere gerçekleştirilen seyahat olarak tanımlamışlardır. Tıbbi tedavi için başka bir ülkeye seyahat eden kişiler yanında, tedavisini tatil ile birleştirenler de medikal turizm kapsamında ele alınmaktadır (Cohen, 2006: 25). Medikal turist ise, genellikle ikinci ve üçüncü basamak sağlık kurum ve kuruluşlarında hekimler tarafından yapılan tedavi amaçlı uygulamalardan yararlanmak için ikâmet ettiği yerden başka bir yere seyahat eden hastalar olarak değerlendirilmektedir (T.C. Sağlık Bakanlığı, 2012b: 14). Medikal turistler için yurtdışında sunulan tedavilerin; kozmetik cerrahi (estetik operasyonlar), diş tedavisi, kardiyo/ kalp cerrahisi, ortopedik cerrahi (kalça protezi ameliyatı, diz protezi, eklem cerrahisi), bariatrik cerrahi (gastrik by pass, gastrik bantlama), doğurganlık/üreme sistemi (tüp bebek, cinsiyet değiştirme), organ, hücre ve doku transplantasyonu (organ nakli, kök hücre), göz ameliyatı, teşhis ve kontroller gibi geniş kapsamlı olduğu bilinmektedir (Lunt vd., 2011: 11). Medikal turistler uluslararası hasta olarak seyahat etmektedirler. Bu sebeple medikal seyahatler diğer seyahatlerden önemli farklılıklar taşımaktadır. Medikal seyahatlerin özellikleri incelendiğinde öncelikle ön hazırlık gerektirdiği, iyi bir planlama ile başlanması gerekmektedir (Munro, 2012: 21).

Gelişmekte olan ülkelerde tıbbi sağlık hizmetlerinin artan yüksek kalitesi ve herşeyden önce kozmetik cerrahi için büyüyen bir talep medikal turizmin nedenleri arasında görülmektedir (Connell, 2011: 1). Medikal turizmin maliyet tasarrufu, yüksek kalitede sağlık hizmetleri, özel tedaviler, minimum bekleme süresi gibi avantajlarına ek olarak yeni ülkelere ziyaret ve tamamen yeni deneyimler yaşamak gibi avantajlarını sıralamak mümkündür (Kumar ve Hussian 2016: 2). Ayrıca medikal turizm talebi içerisinde sağlık turistlerinin tedavi olacakları yeri seçerken reklam & dağıtım kanalları etkili olmakla birlikte hastanenin akreditasyon durumu, itibarı ve uzman hekimlerin varlığı etkili olan diğer önemli unsurlar olarak yer almaktadır (Heung, Kucukusta, ve Song, 2010: 238).

Medikal Turizmin Ekonomik Etkileri

Uluslararası sağlık hizmetleri ticaretinin birçok alanda büyüdüğü görülmektedir. Sağlık profesyonelleri ister kalıcı ister geçici süre ile olsun genellikle daha yüksek ücret ve daha iyi çalışma koşulları aramaktadır. Yeni pazarlar arayan sağlık sigorta işletmeleri ve hastaneler tarafından yabancı yatırımlarda da önemli artışlar yaratmaktadır. Ayrıca giderek artan sayıda ülke, tedavi olmak isteyen kişileri diğer ülkelerden çekmek istemektedirler. Yabancı yatırımcılar tarafından finanse edilen hastaneler, daha önce gerçekleştiremedikleri tedavileri gerçekleştirebilmekte ve yeni hastaneler, ülkeyi terk edebilecek sağlık profesyonelleri için cazip istihdam fırsatları sunmaktadır (WTO ve WHO, 2002: 111). Sağlık turizmi açısından bakıldığında ise dünya son 10 yılda hızla gelişmiştir. Sadece medikal turizmi için seyahat edenlerin sayısı 10 milyonu aşmış olduğu ve yıllık 100 milyar dolarlık bir ciroya ulaşmış durumdadır (www.saglikturizmi.saglik.gov.tr). Tayland ve Ürdün gibi gelişmekte olan birkaç ülkede sağlık sektörü, yurtiçi gelir ve istihdama katkıda bulunabilecek medikal turistleri çeken bölgesel arz merkezleri olarak hizmet etmektedir (WTO ve WHO, 2002: 111). Özellikle Tayland, Güneydoğu Asya’daki medikal turistler için en önde gelen destinasyon ülkesi olduğu bilinmektedir. Tayland’daki hastanelerinin birçoğu JCI tarafından akredite edilmiş yüksek hizmet kalitesi sunmakla birlikte ve misafirperverlikleri de dikkati çekmektedir (Noree, 2015: 19).

Tayland için medikal turizmin ekonomik etkileri incelendiğinde hem olumlu hem de olumsuz etkilerinin olduğu görülmektedir. Medikal turizmin Tayland'ın Gayrisafi yurt içi hasıla (GSYİH)'ya katma değer yaratmakla birlikte sağlık sektörü, turizm sektörü ve ilgili tüm işletmeler için gelir arttırmaya yardımcı olmaktadır (Naranong ve Naranong, 2011: 342). Sağlık turizmi ile elde edilen döviz doğrudan sağlık sistemini etkileyerek, medikal turistler tarafından sağlık hizmetlerinin satın alınmasından elde edilen gelir, yerel halkın hastalık durumlarında tedavilerinde veya hastanelerin sermayesinin artırılmasında da yardımcı olmaktadır (Pourkhaghan vd., 2013: 135). Gelecekte medikal turizmden gelir elde etmek için farklı destinasyonların birbiri ile rekabeti daha önemli olacağı düşünülmektedir (Lee, 2006: 8).

Türkiye'nin medikal turizmindeki durumu incelendiğinde ise, 2019 yılında yabancı sağlık turist sayısı 560.520 ve toplam sağlık turist sayısı ise 662.087 olarak gerçekleşmiştir. Sağlık turizminden elde edilen gelirin 2019 yılında 1.065.105 dolara ulaştığı görülmektedir. Sağlık turistinin kişi başı ortalama harcama tutarına bakıldığında ise, 1.608 dolar olup ortalama turist harcaması olan 666 doların çok üstünde olduğu görülmektedir (TÜİK, 2019).

YÖNTEM

Çalışma ile İstanbul'da medikal turizmin mevcut durumunun ortaya konulması amaçlanmıştır. Bu kapsamda araştırmada cevap aranan problemler şu şekilde sıralanabilir:

- Hastane yöneticileri medikal turizm faaliyetlerini gerçekleştirirken süreci nasıl yönetmekte ve bu süreçte karşılaştıkları sorunlar nelerdir?
- Hastane yöneticilerinin devlet desteklerine başvurma durumları ve hükümet ya da yerel yönetimlerden beklentileri nelerdir?
- Hastane yöneticilerinin İstanbul'un sağlık turizmindeki konumu ile ilgili görüşleri nelerdir?
- Kamu hastanesi başhekim/başhekim yardımcılarının kamu hastanelerinde sağlık turizminin geliştirilmesi için görüşleri nelerdir?
- Hekimlerin medikal turizmde İstanbul'un konumuna ilişkin görüşleri nelerdir?

Çalışmada hem nitel hem nicel araştırma yöntemi birlikte kullanılmış olup nitel araştırma kısmında yarı-yapılandırılmış mülakat tekniğinden yararlanılmıştır. İki ayrı mülakat formu kullanılmıştır. İlk soru formu hastane yöneticilerine yöneltilmiş olup 19 sorudan oluşmaktadır. İkinci soru formu ise kamu hastaneleri başhekim/başhekim yardımcılara yöneltilmiş olup 5 sorudan oluşmaktadır. Çalışmanın nicel araştırma kısmında ise İstanbul'un medikal turizm SWOT analizi için anket tekniğinden faydalanılmıştır. Mülakat ve anket formunda yer alan sorular hastane girişimcisi, yöneticisi ve sağlık turizmi alanında çalışma yapan akademisyen görüşleri alınarak oluşturulmuştur.

Çalışmanın evrenini İstanbul'un sağlık turizminde hizmet veren hastane yöneticileri, kamu hastanesi başhekim-başhekim yardımcılarını ve İstanbul'da medikal turizm faaliyetlerini gerçekleştiren hastanelerdeki hekimler oluşturmaktadır. İstanbul İl Sağlık Müdürlüğü'nün 2018 Sağlık İstatistikleri'ne göre, İstanbul'da 236 hastane bulunmaktadır (T.C. Sağlık Bakanlığı, 2018). Hastanelerin sınıflandırılması açısından incelendiğinde, 53 Sağlık Bakanlığı, 16 üniversite hastanesi ve 167 özel hastane olduğu görülmektedir (TÜİK, 2018a). İstanbul'daki hekim sayıları incelendiğinde ise, 2018 yılı itibarıyla 20.203 uzman hekim, 6.734 pratisyen hekim ve 6.115 asistan hekim sayısı olmak üzere toplam 33.052 hekim olmakla birlikte 7.539 diş hekimi olmak üzere toplam 40.591 hekim olduğu görülmektedir (TÜİKb, 2018). Evreni oluşturan birimlerin çok fazla sayıda olması, hastane yöneticilerine ve kamu hastanesi başhekim-başhekim yardımcılarında

ulaşabilmenin güçlüğü gibi sebeplerden dolayı örneklem alma yoluna gidilmiştir. Bu doğrultuda küme örnekleme yöntemi kullanılarak 4 özel hastane yöneticisi ve 5 kamu hastanesi başhekim/başhekim yardımcısı ile görüşmeler gerçekleştirilmiş olup 222 hekim ile anket gerçekleştirilmiştir.

BULGULAR VE TARTIŞMA

İstanbul'un Medikal Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi

Katılımcılarla yapılan görüşmelerden elde edilen bulguların içerik analizi sonuçları dört ana tema, alt temalar ve kodlara ilişkin açıklamalar yardımıyla sunulmuştur. Tablo 1'de "Medikal Turizm Sürecinin Yönetimi" ana temasına ilişkin sonuçlar sunulmuştur.

Tablo 1. Medikal Turizm Sürecinin Yönetimi" Temasına İlişkin Sonuçlar

Alt Temalar	Kodlar	f
M.T. Faaliyetlerini Gerçekleştirme Nedenleri	Ülkeye olan talep	3
	İşin karlı olması	3
Medikal Turizm Faaliyetlerinde Karşılaşılan Zorluklar	Profesyonel aracı kurumların eksikliği	2
	Desteklerle ilgili bürokratik engeller	1
	Bazı ülkelere getirilen vize uygulamaları	1
	Medikal turizm sürecini yönetmenin zorluğu	1
Medikal Turizm Gerçekleştirme Süreci	Reklam ve tanıtım eksikliği	1
	Tedavi ve fiyat bilgisi paylaşımı	4
	İkili anlaşmalı ülkeler	4
	Sağlık Bakanlığı'na faturalandırılması	4
	Transfer ya da ambulans yardımı	1
	Yurtdışı ofislerimiz aracılığıyla	1
	Yurtdışı danışman firmalar aracılığıyla	1
Web sitesi üzerinden	1	
24 saat destek hattı üzerinden	1	
Mail, whatsapp, viber üzerinden	1	
Medikal Turizmde Hastanenin Tercih Edilme Nedenleri	Dal hastanesi olma	4
	Spesifik operasyonlarda iyi olma	2
	Grup hastanesi olma	2
	Hekimlerin niteliği	1
	Yurtdışı bağlantılara sahip olma	1
Havaalanına yakın oluşu	1	
Danışman Firma ile Anlaşma Durumu	Hasta getirmek için	4
	Hasta memnuniyeti için	1
Yabancı Dil Bilen Personeli Bulma Durumu	Farklı dillerde hizmet veren personelin varlığı	4
	Arapça bilen personel bulmanın zorluğu	1
Sağlık Sektöründe Karşılaştığınız Diğer Sorunlar	Simsarlar (Komisyoncular)	2
	Bürokratik engeller	1
	Merdiven altı operasyonlar	1

Medikal turizm faaliyetlerini gerçekleştirme nedenleri alt temasına ilişkin görüşler aşağıda sunulmuştur.

Yönetici A: *“Medikal turizm faaliyetlerini gerçekleştirme sebebimiz, ülkeye olan talep, büyük bir hastane ve merkezi yerde olmamız...”*

Medikal turizm faaliyet sürecinde karşılaşılan zorluklara katılımcıların verdikleri ifadeler aşağıda yer verilmiştir.

Yönetici B: *“Zaman zaman destekler ile ilgili bürokratik engellerle karşılaşılıyor tabii. Profesyonel sağlık acentalarının olması gerekiyor.”*

Medikal turizm sürecini nasıl yönettikleri ile ilgili katılımcıların ifadeleri aşağıda sunulmuştur.

Yönetici A: *“Mail, whatsapp, viber kullanılıyor. 24 saat destek veren telefon hattımız, uluslararası hasta merkezimiz ve internet aracılığı...”*

Kamu C: *“Devlet hastanelerine turistin sağlığı ve ikili anlaşmalı ülkeler kapsamında Sağlık Bakanlığı'nın gönderdiği hastalar gelmektedir. 2016 yılında İstanbul'da 12 hastaneye yaklaşık 16.000 turistin sağlığı gelmiştir.”*

Medikal turizmde hastanenin tercih edilme nedenine katılımcıların belirttikleri ifadeler aşağıda sunulmuştur.

Yönetici C: *“Kalp operasyonlarında özellikle çocuk kalp operasyonlarında, göz tedavisinde, özellikle rekonstrüktif plastik cerrahi de iyiyiz. Doktorun ismi biliniyor ve doktor için hastalar geliyor. Grup hastanesi olmamız, hastanemizin merkezi konumu...”*

Medikal turizm faaliyetleri gerçekleştirilirken danışman firma ile anlaşma durumları için katılımcıların verdikleri ifadeler aşağıda sunulmuştur.

Yönetici A: *“Hasta getirmek ve hasta memnuniyetini belirlemek...”*

Medikal turizm hizmetlerinde çalışacak sağlık personeli ve yabancı dil bilen diğer personel temini konusunda katılımcıların ifadelerine aşağıda yer verilmiştir.

Yönetici C: *“Zorluk yaşamıyoruz. Arapça bilen yöneticilerimiz bile var. İngilizce, Almanca, Fransızca bilen personellerimiz var.”*

İşinizle ilgili başka sorunların yaşanma durumlarını öğrenmeye yönelik soru için katılımcıların ifadeleri aşağıda sunulmuştur.

Yönetici C: *“Simsarlar denilen komisyoncular hasta getiriyor ancak ciddi bir para kaybına sebep oluyor.”*

Tablo 1'de yer alan medikal turizm süreci yönetimi ana temasına ilişkin bulgular incelendiğinde, ülkeye talep olduğu ve işin karlı görüldüğü dikkati çekmektedir. Medikal turizm sürecinde karşılaşılan zorluklar arasında en başta profesyonel aracı kurum eksikliği geldiği görülmektedir. Medikal turizm sürecinin tedavi ve fiyat bilgisinin paylaşılması ile başlamakta ve medikal turiste tedavinin yanında ek hizmetler de sunulmaktadır. Dal hastanesi ve spesifik operasyonlarda iyi olma gibi özellikler hastanelerin medikal turizmde tercih edilmesini sağlamaktadır. Hastanelerin medikal turist getirebilme konusunda danışmanlardan faydalandıkları görülürken sağlık sektörünün sorunlarının başında ise, komisyoncu olarak bilinen simsarlar gelmektedir.

Devlet teşvik ve yönergeleri ana teması dört ayrı alt temaya ayrılmış olup en sık tekrarlanan kodlar Tablo 2'de sunulmuştur.

Tablo 2. Devlet Teşvik ve Yönergeleri Temasına İlişkin Sonuçlar

Alt Temalar	Kodlar	f
2015/8 sayılı ve 2015/9 sayılı Kararlar ile Verilen Destekler	Faydalanma durumu	3
	Hasta yol desteği	3
	Yurtdışı fuar desteği	1
Medikal Turizm Faaliyetlerinde Yerel Yönetimlerden ve Merkezi Hükümetten Beklentiler	Tanıtım ihtiyacı	7
	Teşviklerin artarak devam etmesi	3
	Kamu hast. fiziki iyileştirmeleri	3
	Kamu hast. sağlık personeline dil tazm.	2
	Kamu hast. ile aracı kurum anlaşması	1
“Sağlık Turizmi ve Turist Sağlığı Kapsamında Sunulacak Sağlık Hizmetleri Hakkında Yönerge” Hakkında Görüşler	Hasta destek hattı tanıtım eksikliği	2
	Yeni yönetmelikler oluşturulmakta	1
	Yönergenin bilinmemesi	1
Markalaşma Konusu ile İlgili Görüşler	Markalaşma desteğine başvurmama	4
	Markalaşma öneminin bilinirliği	2

“2015/8 sayılı Döviz Kazandırıcı Hizmet Ticaretinin Desteklenmesi Hakkında Karar” ve “2015/9 sayılı Döviz Kazandırıcı Hizmet Sektörleri Markalaşma Destekleri Hakkında Karar” ile verilen desteklere ilişkin katılımcıların ifadeleri aşağıda sunulmuştur.

Yönetici A: *“Evet faydalandık. Genel olarak hepsinden faydalandık ama özellikle hasta yol desteğinden faydalandık. Geçmişe dönük 6 aylık faturalar karşılanıyor. Teşvik edici destekler.”*

Medikal turizm girişimcilerinin yerel yönetimlerden ve merkezi hükümetten beklentileri ile ilgili katılımcıların verdikleri ifadeler aşağıda yer verilmiştir.

Yönetici C: *“Devlet destekleri devam etmeli. Ülkemizin yeterince tanıtımının yapılmadığını düşünüyorum. Sımsarları en aza indirecek bir sistem oluşturulması da sağlanabilir.”*

Kamu B: *“Devlet hastanelerinin fiziki yapılarında iyileştirmeler bittikten sonra devlet hastaneleri de sağlık turizminde turist sağlığı dışında da hizmet verebilecektir. Sağlık personelinin İngilizceleri yeterli değil ve tercüman olsa bile bazı tıbbi kavramları çevirmek için tıbbi bilgi gerekmekte, sağlık personelinin dil eğitimi için çalışmalar yapılabilir.”*

“Sağlık Turizmi ve Turist Sağlığı Kapsamında Sunulacak Sağlık Hizmetleri Hakkında Yönerge” hakkında katılımcıların ifadelerine aşağıda yer verilmiştir.

Yönetici A: *“Yönerge’de hasta destek hattı oluşturuldu ama çok kullanılmadığını düşünüyorum.”*

Markalaşma konusu ile ilgili katılımcıların ifadelerine aşağıda yer verilmiştir.

Yönetici A: *“Markalaşma destekleri var ancak faydalanmadık.”*

Tablo 2 incelendiğinde, hastanelerin devlet teşviklerinden faydalandığı ve faydalandıkları destekler arasında ise en fazla hasta yol desteği yer almaktadır. Hükümetten ve yerel yönetimlerden en önemli beklentinin reklam ve tanıtım olduğu görülmektedir. Dikkati çeken bir diğer önemli bulgu ise, markalaşmanın öneminin bilinmesine rağmen markalaşma destekleri hakkında yeterli bilgiye sahip olmama sebebiyle başvurulmadığıdır. Dolayısıyla verilen destekler ile ilgili hastanelere eğitimlerin verilmesi de sektörün bu konuda bilgilendirilmesinin de önemli olduğu düşünülmektedir.

Sağlık turizmi dernek ve vakıflar ana teması üç ayrı alt temaya ayrılmış olup en sık tekrarlanan kodlar Tablo 3’de sunulmuştur.

Tablo 3. Sağlık Turizmi Dernek ve Vakıflar Temasına İlişkin Sonuçlar

Alt Temalar	Kodlar	f
Sağlık Turizmi Kuruluşların Çalışmalarının Bilinirliği	OHSAD’ın etkinliği	3
	SATURK’un etkinliği	2
	OHSAD’ın vize işl. yardımcı olması	1
Sağlık Turizmi Kuruluşların Çalışmalarının Verimliliği	Dernek ve vakıfların etkin olmayışları	3
	Tanıtım faaliyetleri	2
	OHSAD’ın vize vermedeki desteği	1
Sağlık Turizmi Kuruluşlarına Çalışmalarında Öneriler	Reklam ve tanıtım	4

Sağlık turizmi kuruluşların çalışmalarının bilinirliği hakkında katılımcıların ifadelerine aşağıda yer verilmiştir.

Yönetici A: *“OHSAD önemli bir dernek ayrıca vize işlemlerinde yardımcı olması sebebiyle de önemli. Ayrıca SATURK, sağlık turizmi derneği gibi dernekler var ancak çalışmalarını bilmiyorum.”*

Sağlık turizmi kuruluşların çalışmalarının verimliliği hakkında katılımcıların ifadelerine aşağıda yer verilmiştir.

Yönetici C: *“Tanıtım yapıyorlar ancak yetersiz kalıyor.”*

Sağlık turizmi kuruluşlarına çalışmalarında öneriler ile ilgili katılımcıların ifadelerine aşağıda yer verilmiştir.

Yönetici A: *“Ülkenin, hastanelerin tanıtımları açısından çalışılmalı..”*

Tablo 3 incelendiğinde, sağlık turizmi kuruluşları arasında OHSAD ve SATURK kuruluşların etkin çalışmalarda bulunduğu düşünülmektedir. Bununla birlikte bu kuruluşlardan özellikle tanıtım faaliyetleri açısından çalışmalar yapılmasının da beklendiği görülmektedir.

İstanbul’un ve Türkiye’nin sağlık turizminde mevcut durumu ana teması beş ayrı alt temaya ayrılmış olup en sık tekrarlanan kodlar Tablo 4’te sunulmuştur. Tablo 4 incelendiğinde, İstanbul’un sahip olduğu turistik unsurlar, hastane kalitesi, hekim niteliği ve direkt uçuş seferleri açısından İstanbul medikal turizmde oldukça avantajlı görülmektedir. Diğer yandan İstanbul’un yeterince tanıtılmadığı ve tanıtım çalışmalarına ihtiyaç olduğu düşünülmektedir. İstanbul’un medikal turizmdeki daha da başarılı olacağı konusunda katılımcıların hem fikir olduğu dikkat çeken bulgular arasındadır. Katılımcıların hem fikir olduğu bir diğer husus ise rakipler arasında görülen Hindistan’ın sahip olduğu fiyat avantajıdır.

İstanbul’un ve bulunulan bölgenin medikal turizmde konumuna ilişkin katılımcıların görüşleri aşağıda sunulmuştur.

Yönetici A: *“İstanbul bu anlamda çok çok iyi. Direkt uçuş seferlerin varlığı, havaalanına hastanemizin yakın olması ve gezip, görmek için en güzel bölge İstanbul.”*

İstanbul’un doğal, tarih v.b. turistik unsurlarının medikal turizmde değerlendirilme durumuna ilişkin katılımcıların görüşleri aşağıda sunulmuştur.

Yönetici B: *“Yurtdışında reklam eksikliği olması ile birlikte, sosyal medya, internet bu mecralarda da tanıtım olması gerekli. Profesyonel olarak sosyal mecraları takip eden Orta Avrupa ülkelerinde profesyonel acentalar var.”*

İstanbul'un doğal, tarih v.b. turistik unsurlarının medikal turizmde nasıl daha iyi değerlendirilebileceği ile ilgili katılımcıların görüşleri aşağıda sunulmuştur.

Yönetici C: *“Devletin daha iyi tanıtmasına, yurtdışı fuarları çok önemli bunlara daha fazla katılması gerekiyor.”*

Tablo 4. İstanbul'un ve Türkiye'nin Sağlık Turizminde Mevcut Durumu Temasına İlişkin Sonuçlar

Alt Temalar	Kodlar	f
İstanbul'un ve Bulunulan Bölgenin Medikal Turizmde Konumu	İstanbul'un oldukça avantajlı görülmesi	4
	İstanbul'un turistik unsurları	2
	İstanbul'daki hast. ve hekimlerin kalitesi	1
	İstanbul'da direkt uçuş seferlerinin varlığı	1
İstanbul'un Doğal, Tarih v.b. Turistik Unsurlarının Medikal Turizmde Değerlendirme Durumu	Tanıtım eksikliği	4
	Yeterince değerlendirilmediği	2
	Sosyal mecranın yönetilme ihtiyacı	1
İstanbul'un Doğal, Tarih v.b. Turistik Unsurlarının Medikal Turizmin Daha İyi Değerlendirilebilmesi İçin Görüşler	Reklam ve tanıtım	4
	Yurtdışı fuarlara katılım	2
	İmaj yönetimi	1
	Altyapı çalışmaları	1
İstanbul'un Medikal, Termal ve İleri Yaş Turizminin Geleceğine İlişkin Görüşler	Medikal turizmde daha da başarılı olacağı	9
	Termal turizmde geleceğinin olmayacağı	7
	Termal turizmde Yalova'nın varlığı	5
	İleri yaş turizmde geleceğinin olacağı	4
	İleri yaş turizmi ege bölgesi	3
	Afyonkarahisar ve Kütahya illerinin varlığı	2
Türkiye'nin Medikal Turizmde Rakip Ülkeleri	Hindistan'ın fiyat avantajı	9
	Uzakdoğu Ülkeleri (Tayland, Malezya)	3
	Azeri vatandaşların İran tercihi ve İran'ın hekim kalitesi	3
	Almanya	3
	Ürdün	1
	Lübnan	1
	A.B.D.	1

İstanbul'un medikal, termal ve ileri yaş turizmde geleceğine ilişkin katılımcıların görüşleri aşağıda sunulmuştur.

Yönetici C: *“Termal noktasında Yalova bilinir, İstanbul'da termal anlamında bir şey olacağını zannetmiyorum. Üçüncü yaş turizmi için İstanbul çok kalabalık bir şehir daha sakin yerler olması gerekiyor. Medikal turizmde ise geleceğinin parlak ve güçlü potansiyeli olduğunu devlet destekleri de devam ederse yolunun daha da açılacağını söyleyebilirim.”*

Kamu B: *“Sağlık turizminde İstanbul'un güçlü potansiyeli var. Termal'de daha önemli şehirlerimiz var Afyon, Kütahya gibi. İleri yaş turizmde İstanbul'un geleceği olabilir. Özel hastanelerin Arnavutköy gibi İstanbul'un merkezine biraz daha uzak yerlerde projeleri var.”*

Türkiye'nin medikal turizmde rakip ülkeleri konusuna ilişkin katılımcıların görüşleri aşağıda sunulmuştur.

Yönetici A: *"Hindistan, Ürdün, Lübnan'da fiyatlar çok uygun. Hindistan'da özellikli işlemler yapılıyor ancak steril değil. Enfeksiyon sorunlarının yaşandığını duyuyoruz."*

Kamu C: *"Hindistan, Almanya rakip ülkeler, ayrıca Azerbaycan bizden sonra İran'ı tercih ediyor. İran'da rakiplerimiz arasında yer alıyor."*

Hekimlerin İstanbul'un Medikal Turizmde SWOT Algılarına İlişkin Bulgular

Çalışmada kullanılan İstanbul'un medikal turizmde SWOT analizi ölçeğine ilişkin güvenilirlik katsayıları olan Cronbach's Alpha değerleri 0.70'in üzerinde hesaplanmış olup ölçeğin güvenilirlik düzeylerinin yüksek olduğu belirlenmiştir. Ölçeğe ilişkin her bir alt boyutun tamamının 0,71'in üzerinde olduğu görülmektedir. İstanbul medikal turizm SWOT analizi ölçeğine ilişkin faktör analizinde, boyutların toplam varyansı açıklama oranı %55,618 olduğu belirlenmiştir. Boyutlar incelendiğinde, en yüksek varyansı açıklama oranı avantajlar boyutu %21,166 iken tehditler boyutu %9,113 oranı ile en düşük boyut olduğu görülmektedir.

SWOT anketinde yer alan her ifade için frekans, yüzde dağılımı, aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri verilmiştir. İstanbul'un medikal turizmde SWOT analizine ilişkin betimsel istatistikler Tablo 5'te sunulmuştur.

Tablo 5 incelendiğinde, öncelikle avantaj boyutuna ilişkin katılımcıların %88,7'si "İstanbul medikal turizm için yılın on iki ayı tercih edilebilmektedir." ($\bar{X} = 4,33$) ifadesine diğer ifadelerle göre daha olumlu görüş belirttikleri görülmektedir. Hekimler "Dönemin siyasetinin sağlık turizmine bakış açısı ülkeye olan talebi olumlu yönde etkilemektedir." ($\bar{X} = 3,35$) ifadesine ise diğer ifadelerle göre daha olumsuz görüş sunmuşlardır. Dezavantaj boyutuna ilişkin betimsel istatistikler incelendiğinde ifade ortalamalarının ($\bar{X} \leq 2,33$) olduğundan dolayı dezavantaj boyutuna genel olarak olumsuz görüş belirttikleri görülmektedir. Dolayısıyla katılımcıların ifadelerde belirtilen yeterliliklere katılmadıkları ve dezavantaj olarak gördükleri söylenebilir. Fırsat boyutuna ilişkin betimsel istatistiklerde, katılımcıların %77,4'ü "İstanbul'da sunulan sağlık hizmetleri diğer ülkelere göre daha ucuzdur." ($\bar{X} = 4,0$) ifadesine diğer ifadelerle göre daha olumlu görüş belirttikleri görülmektedir. Kurtuluş, Gün ve Aslan (2018)'in Türkiye sağlık turizmi SWOT analizi sonucunda benzer şekilde sunulan sağlık hizmetlerinin diğer ülkelere kıyasla daha ucuz olması Türkiye'nin sağlık turizminde öncelikli fırsatı olarak belirlenmiştir. Hekimler "İstanbul'daki hastanelerde yabancı dil bilen personel sayısı medikal turizm için yeterlidir." ($\bar{X} = 2,58$) ifadesine ise diğer ifadelerle göre daha olumsuz görüş sunmuşlardır. Akbolat ve Deniz (2017)'in Türkiye'de medikal turizmi kapsamında gerçekleştirdikleri SWOT analizi sonucunda özellikle kamu hastanelerinde yabancı dil bilen çalışan sayısının az olması zayıf yönler arasında belirlenmiştir. Aynı zamanda benzer sonucun Özata ve arkadaşları (2018)'nin Türkiye'nin sağlık turizminde gerçekleştirdikleri SWOT analizi bulgularında da olduğu görülmektedir.

Tablo 5. SWOT Analizine İlişkin Betimsel İstatistikler

Boyutlar	Madde No	İfadeler	Katılım Düzeyi					X̄	s.s.	
			Hiç Katılmıyorum (1)	Katılmıyorum (2)	Orta Düzeyde Katılmıyorum (3)	Çok Katılmıyorum (4)	Tamamen Katılmıyorum (5)			
Avantaj	1	İstanbul'da sağlık hizmetlerine yönelik talebi arttırabilme de İstanbul'un coğrafi konumu, kültürel, tarihi ve turistik bir destinasyon olması etkilidir.	F	4	7	33	104	74	4,07	0,87
			%	1,8	3,2	14,9	46,8	33,3		
	2	İstanbul'da sağlık hizmetlerine yönelik talebi arttırabilme de İstanbul'un dünya'da bilinirliği yüksek bir şehir olması etkilidir.	F	5	5	35	103	74	4,06	0,88
			%	2,3	2,3	15,8	46,4	33,3		
	3	İstanbul'un birçok ülkeye doğrudan uçuş seferlerinin olması medikal turistlerin İstanbul'u tercih etmelerini sağlamaktadır.	F	1	6	19	92	104	4,32	0,77
			%	0,5	2,7	8,6	41,4	46,8		
	4	İstanbul'un nitelikli personelin çalışmak için tercih edeceği bir şehir olması medikal turizm için önemlidir.	F	3	7	69	98	45	3,79	0,84
			%	1,4	3,2	31,1	44,1	20,3		
	5	Sağlık turizmde belirlenen ülke hedefleri İstanbul'da medikal turizmin gelişmesi için önemlidir.	F	4	15	72	79	52	3,72	0,95
			%	1,8	6,8	32,4	35,6	23,4		
6	Avrupa'da yaşayan Türk vatandaşları kendi ülkelerinde tedavi olmak istemekte ve İstanbul'u tercih etmektedir.	F	3	12	39	96	72	4,0	0,91	
		%	1,4	5,4	17,6	43,2	32,4			
7	Dünya'da ortalama yaşam süresinin ve kronik rahatsızlıkların artması İstanbul'da medikal turizmin gelişmesi için önemlidir.	F	7	15	58	104	38	3,68	0,94	
		%	3,2	6,8	26,1	46,8	17,1			
8	İstanbul marka şehir olma yolunda ilerlemesi medikal turizmin gelişimini olumlu yönde etkileyecektir.	F	3	9	51	93	66	3,95	0,90	
		%	1,4	4,1	23,0	41,9	29,7			
9	İstanbul medikal turizm için yılın on iki ayı tercih edilebilmektedir.	F	3	1	21	92	105	4,33	0,77	
		%	1,4	0,5	9,5	41,4	47,3			
10	Dönemin siyasetinin sağlık turizmüne bakış açısı ülkeye olan talebi olumlu yönde etkilemektedir.	F	19	31	65	67	40	3,35	1,17	
		%	8,6	14,0	29,3	30,2	18,0			
Dezavantaj	11	İstanbul'un sağlık turizmi alanında gerçekleştirdiği tanıtım ve pazarlama faaliyetleri yeterlidir.	F	63	67	65	20	7	2,28	1,07
			%	28,4	30,2	29,3	9,0	3,2		
	12	Sağlık turizmi ile ilgili yasal düzenlemeler İstanbul'da medikal turizmin gelişmesi için yeterlidir.	F	38	91	74	19	0	2,33	0,86
			%	17,1	41,0	33,3	8,6	0,0		
13	Sağlık turizmi ile ilgili devlet destekleri İstanbul'da medikal turizmin gelişmesi için yeterlidir.	F	32	98	78	14	0	2,33	0,8	
		%	14,4	44,1	35,1	6,3	0,0			
14	Yatırım aşamasında işletmelere verilen devlet destekleri İstanbul'da medikal turizmin gelişmesi için yeterlidir.	F	59	100	54	8	1	2,06	0,83	
		%	26,6	45,0	24,3	3,6	0,5			
Fırsat	15	Yerleşik sağlık kuruluşlarına verilen destekler İstanbul'da medikal turizmin gelişmesi için yeterlidir.	F	17	72	81	32	20	2,85	1,05
			%	7,7	32,4	36,5	14,4	9,0		
16		F	28	37	67	67	23	3,09	1,17	

	İstanbul'da bulunan hastanelerin yatak sayıları medikal turizm talebini karşılamak için yeterlidir.	%	12,6	16,7	30,2	30,2	10,4			
17	İstanbul'da bulunan hastanelerin uzman doktorlarının sayısı medikal turizm için yeterlidir.	F	23	38	67	72	22	3,14	1,13	
		%	10,4	17,1	30,2	32,4	9,9			
18	İstanbul'da bulunan hastanelerin uzman doktorların niteliği medikal turizm için yeterlidir.	F	9	12	49	95	57	3,81	1,01	
		%	4,1	5,4	22,1	42,8	25,7			
19	İstanbul'daki hastanelerde yabancı dil bilen personel sayısı medikal turizm için yeterlidir.	F	47	62	56	52	5	2,58	1,1	
		%	21,2	27,9	25,2	23,4	2,3			
20	İstanbul'da sunulan sağlık hizmetleri diğer ülkelere göre daha ucuzdur.	F	6	6	38	104	68	4,0	0,91	
		%	2,7	2,7	17,1	46,8	30,6			
21	İstanbul'da sağlık tesislerinin sunduğu konaklama hizmetlerinin kalitesi diğer ülkelere göre daha yüksektir.	F	8	12	82	92	28	3,54	0,9	
		%	3,6	5,4	36,9	41,4	12,6			
22	İstanbul'daki hastanelerde tedavi olmak için beklenen süre diğer ülkelere göre daha kısadır.	F	7	18	31	101	65	3,9	1,01	
		%	3,2	8,1	14,0	45,5	29,3			
23	İstanbul'da uluslararası akreditasyon belgesine (JCI) sahip sağlık kuruluşu sayısı birçok rakip ülkeye göre daha fazladır.	F	6	22	60	78	56	3,7	1,03	
		%	2,7	9,9	27,0	35,1	25,2			
Tehdit	24	Medikal turizmde öne çıkan ülkeler İstanbul'da medikal turizmin gelişmesini olumsuz etkilemektedir.	F	38	68	81	31	4	2,53	0,99
			%	17,1	30,6	36,5	14,0	1,8		
	25	Bazı ülkelerin vatandaşlarının olumsuz Türkiye algısına sahip olması İstanbul'da medikal turizmin gelişimini olumsuz etkilemektedir.	F	79	90	40	11	2	1,95	0,90
			%	35,6	40,5	18,0	5,0	0,9		
	26	İstanbul'da yaşanan terör olayları İstanbul'a yönelik medikal turizm talebini olumsuz etkilemektedir.	F	130	71	14	5	2	1,59	0,78
			%	58,6	32,0	6,3	2,3	0,9		
	27	Rakip ülkelerin sağlık turizminde başarılı tanıtım faaliyetleri Türkiye'ye yönelik sağlık turizmi talebini olumsuz etkilemektedir.	F	53	69	71	19	10	2,39	1,07
			%	23,9	31,1	32,0	8,6	4,5		

Çalışmada, sağlık personelin yabancı dil bilmemesi en önemli dezavantaj olarak belirlenmiştir. Tehdit boyutuna ilişkin betimsel istatistikler incelendiğinde, ifadelerin olumsuz olması sebebiyle ters kodlama yapılmış olup ortalaması en düşük ifade katılımcıların en olumlu görüş belirttikleri ifade olmaktadır. Katılımcıların %90,6'sı "İstanbul'da yaşanan terör olayları İstanbul'a yönelik medikal turizm talebini olumsuz etkilemektedir." ifadesine olumlu görüş belirttikleri görülmektedir. Dinçer, Çiftçi ve Karayılan (2016)'ın Türkiye'nin medikal turizmde SWOT analizi sonucunda belirlenen tehditler arasında terör olaylarının yer aldığı dikkati çekmektedir. Katılımcıların %53,1'inin "Medikal turizmde öne çıkan ülkeler İstanbul'da medikal turizmin gelişmesini olumsuz etkilemektedir." diğer ifadelerle göre daha olumsuz görüş belirttikleri belirlenmiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Medikal turizm faaliyetlerinin aktif olarak gerçekleştirildiği şehirlerimiz arasında İstanbul'un önemli bir yerinin olduğu bilinmektedir. Türkiye'nin, dünyada önemli medikal turizm

ülkelerinden biri olabilmesi için potansiyeli olan şehirlerimizin rakip şehirler karşısında daha güçlü bir şekilde konumunu alabilmesi gerektiği düşünülmektedir. Bu kapsamda çalışmanın uygulama alanının İstanbul olarak seçilmesinin ana sebebi İstanbul'un medikal turizmde sahip olduğu potansiyelin geliştirilebilmesine katkı sağlamaktır. Çalışma ile elde edilen önemli bulgular incelendiğinde, medikal turizm sektörünün önemli sorunlardan biri olarak profesyonel aracı kurum eksikliği olduğu görülmektedir. İşletmeler, aracı kurum eksikliğinden dolayı simsarlar diye bilinen hasta getiren komisyoncular ile çalışmak zorunda kalmaktadır. Komisyoncuların, hastanelere fiyat rekabeti yaşatarak kaliteyi düşürdükleri görülürken, sektörün diğer bir sorununun ise merdiven altı operasyonlar olduğu görülmektedir. Sektörün bu sorunlarından dolayı yöneticilerin uzun vadede ülkenin imajının zedeleneceğine ilişkin endişeleri olduğu belirlenmiştir. Yöneticilerin yerel yönetimlerden, merkezi hükümetten beklentileri incelendiğinde ise, en dikkati çeken hususun ülkenin reklam ve tanıtım ihtiyacı olduğu görülmektedir. Desteklerle ilgili ise yöneticiler, medikal turizmin gelişmesi için verilen destekleri etkin bulduklarını, başta hasta yol desteği olmak üzere neredeyse tüm desteklerden faydalandıklarını belirtmişlerdir. Desteklerle ilgili bürokratik engeller olduğu ve en aza indirilmesini istedikleri de dikkati çekmektedir.

Çalışmanın bulguları sonucunda elde edilen bilgiler doğrultusunda, konuyla ilgili literatüre ve araştırmacılara katkı sağlayacağı düşünülen öneriler sunulmuştur:

- Sektörde profesyonel aracı kurum eksikliğinden kaynaklanan ve ülkenin ciddi bir para kaybına neden olan simsarlar diye bilinen komisyoncular sorunu olduğu görülmektedir. Komisyoncuların çok fazla sayıda olduğu ve her geçen gün çoğalacağı düşüncesi hakimdir. Bunun önlenmesi için aracı kurumlara daha önemli teşvikler verilmesi gerekmektedir. Böylece sektörde hem kayıt dışılığın önüne geçilmesi ve hem de medikal turizm faaliyetlerini profesyonellerin yapması sağlanacaktır. Aynı zamanda bu alandaki eksikliğin girişimcilere önemli iş fırsatları sunduğu söylenebilir.
- Çalışmanın sonuçları arasında önemli hususlardan biri de ülkenin reklam ve tanıtım ihtiyacıdır. Tanıtım Genel Müdürlüğü'ne turizm sektörü faaliyetleri için 2017 yılında ayrılan bütçe 3.2 milyon TL iken %54.2 düşüş ile 2018 yılında 1.5 milyon TL olarak bütçe ayrılmıştır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2018: 162). Tanıtım ayrılan bütçenin 2019 yılında mutlaka artırılması ve bu bütçenin en az %25'inin sağlık turizmi tanıtımları için ayrılmasının önemli olduğu düşünülmektedir. Hekimlerin gerçekleştirdikleri özellikle kritik operasyonların yer aldığı sağlık belgesellerinin çekilmesi, Türkiye'de otel konforunda hizmet veren hastaneleri ve tıbbi ekipmanları tanıtacak sağlık dizilerinin yapılması ile Türkiye'nin sağlık hizmetlerinde güçlü ve başarılı olduğu imajının yaratılması sağlanabilecektir. İstanbul'un tarihi ve eğlence hayatının medikal turistler için önemli olması sebebiyle İstanbul'un tanıtımlarında bu çekiciliklere de yer verilmesi faydalı olacaktır.
- Sağlık turizmi ile mevcut dernek ve vakıfların birçoğunun etkin faaliyetlerde bulunmadıkları görülmektedir. Medikal turizm ile ilgili dernek ve vakıfların bir araya getirilmesi sağlanarak öncelikle ülkenin tanıtımı için çalışmalar yapmasına ve yurtdışı fuarlara katılım göstermelerine çalışılmalıdır. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2018: 48), İstanbul'da 250 sosyal medya fenomenin katılımı ile fenomenlerin İstanbul'un doğal, tarihi ve kültürel değerlerini tüm dünyada tanıttığı bir zirve gerçekleştirmiştir. Bu zirvede olduğu gibi, operasyonlarını sosyal medya kanallarında paylaşan ve yurtdışında binlerce takipçisi olan hekimlerin bir araya geldiği bir zirve yapılması ile Türkiye'nin yurtdışından ilgiyi üzerine çekmesine ve konuşulmasına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.
- Döviz kazandırıcı hizmet ticaretinin desteklenmesine ilişkin karar ile verilen desteklerin yöneticilere büyük katkı sağladığı görülmektedir. Bürokratik engellerin ve prosedürlerin en aza

indirilmesi ile de desteklerin etkinliği arttırılabilecektir. Bununla birlikte destekler ile ilgilenen iller de ayrı birimlerin olması sürecin hızlandırılmasına da yardımcı olacaktır. Sektörün gelişiminin sürekliliği için sektöre verilen desteklerin artarak devam etmesinin önemli olduğu düşünülmektedir.

- Markalaşma desteği bilinmesine ve markalaşmanın önemli olduğu düşünülmesine rağmen hastanelerin markalaşma desteklerine başvuru yapmadıkları belirlenmiştir. Devletin markalaşma destekleri ile ilgili prosedürleri en aza indirerek süreci kolaylaştırıcı kararlar alması sektörde daha kaliteli hizmet sunulmasına fayda sağlayacaktır.
- Sektörde gerçekleştirilen merdiven altı operasyonlar konusunda devletin denetlemelerini arttırması gerektiği dikkati çekmektedir.
- İleri yaş turizminde İstanbul'un özel hastanelerin varlığından dolayı geleceği olabileceği düşünülse de ileri yaş turizmi için Ege bölgesinin daha uygun olduğu görülmektedir. Ege bölgesinde yatırım çalışmalarına destek verilmesi bölgelerin dengeli kalkınmasına da katkı sağlayacaktır.
- Termal turizmde İstanbul'un termal kaynaklarının yetersizliği sebebiyle başarılı olamayacağı düşünülmektedir. Ancak İstanbul'a yakın olan ve termal kaynakları yeterli olan Yalova ile İstanbul'u kapsayan paket programlar oluşturulup sunulabilir.
- Kamu hastanelerinde sağlık personelinin yabancı dil bilgisinin yetersiz olduğu, tercüman bulunduğu sağlık personelinin yetmemesi gibi konularda sorun yaşandığı görülmektedir. Devletin kamu sağlık personeline dil eğitimleri ve dil tazminatları vererek kamu hastanelerinin de medikal turizmde kaliteli hizmet sunabilmesine katkı sağlanacağı düşünülmektedir.
- Literatür açısından ise, medikal turizmde önemli destinasyonlar arasında gösterilen Antalya, Ankara gibi potansiyeli olan iller için medikal turizm potansiyelinin geliştirilmesi üzerine çalışmalar yapılması hem literatüre hem de sektörün gelişimine önemli katkılar sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

Akbolat, M. ve Deniz, G., N. (2017). Türkiye'de Medikal Turizmin Gelişimi ve Bazı Ülkelerle Karşılaştırılması. *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 123-139.

Cohen, E. (2006). Medical Tourism in Thailand. <http://www.graduate.au.edu/gsbjournal/1V/Journal/Medical%20Tourism%20Dr%20Cohen.pdf> 20 Mart 2015'de alınmıştır.

Connell, J. (2011). *Medical Tourism*. University of Sydney Australia. London UK: CAB International.

Deloitte. (2009). *Medical Tourism: Consumers in Search of Value*. Deloitte Center for Health Solutions. Flanigan, E., B. April 16.

Diñer, Z., M., Çiftçi, A., M. ve Karayılan, E. (2016). Gelişmekte Olan Ülkelerde Medikal Turizm: Türkiye'nin Tayland, Malezya ve Hindistan'a Göre Potansiyelinin Değerlendirilmesi. *İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1, 34-60.

Heung, C., S., V., Kucukusta, D. and Song, H. (2010). A Conceptual Model of Medical Tourism: Implications for Future Research. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 27(3), 236-251.

- Goodrich, J. N., and Goodrich, G. E. (1987). Health-Care Tourism -- an Exploratory Study. *Tourism Management*, 8(3), 217-222.
- Akt., Smith, K. (2008). Medical Tourism: For Richer or Poorer. Paper presented at Ownership & Appropriation, a joint conference of the ASA, the ASAANZ and the AAS, 8th - AAS, 8th - 12th December 2008, University of Auckland, New Ze 12th December 2008, University of Auckland, New Zealand.
- Kumar, J., and Hussian, K. (2016). Factors Affecting Medical Tourism Destination Selection: A Malaysian perspective. *International Interdisciplinary Business Economics Advancement Journal*, 1(1), 1-10.
- Kurtuluş, S., Gün, İ. ve Aslan, Ö. (2018). Bütünleşik SWOT-AHP Analizi: Türkiye Sağlık Turizmi Uygulaması. *Social Sciences Studies Journal*, 4(23), 4716-4730.
- Kördeve, K. M. (2016). Sağlık Turizmine Genel Bir Bakış ve Türkiye'nin Sağlık Turizmindeki Yeri. *Uluslararası Sağlık Yönetimi ve Stratejileri Araştırma Dergisi*, 2(1), 51-61.
- Lee, C. (2006). Medical Tourism, An Innovative Opportunity for Entrepreneurs. *Journal of Asia Entrepreneurship and Sustainability*, 3(1), 1-12.
- Lunt, N., Smith, R., Exworthy, M., Green, S., Horsfall, D. and Mannion, R. (2011). Medical Tourism: Treatments, Markets and Health System Implications: A Scoping Review. Paris: OECD. <https://www.oecd.org/els/health-systems/48723982.pdf>.
- Munro, W., J. (2012). What is Medical Tourism? Toward a Practical Understanding of Medical Tourism and Medical Travel, Wellness Tourism, Health Tourism and Health Travel. MTQUA Medical Travel Quality Alliance, <http://inc.iirme.com/SiteThemes/2012/IMTECH/downloads/MedicalTravelQualityMTQUA.pdf> adresinden 30 Mayıs 2017'de alınmıştır.
- Naranong, A. and Naranong, V. (2011). The Effects of Medical Tourism: Thailand's Experience. *Bull World Health Organ*, 89, 336-344.
- Noree, T. (2015). The Impact of Medical Tourism on The Domestic Economy and Private Health System: A Case Study of Thailand. (PhD Thesis). London School of Hygiene & Tropical Medicine. University of London.
- Özata, M., Asilkan, Z., Çankaya, M. ve Suzuk, E. (2018). Türkiye ve Dünya'da Sağlık Turizmine Genel Bir Bakış. *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 5(31), 4611-4619.
- Pourkhaghan, Z., Faez, P., E., S., Pourkhaghan, S. and Ghahrieh, S. (2013). Interaction of Economic Indicators and Medical Tourism Industry. *International Journal of Travel Medicine & Global Health*. 1(3), 133-139.
- Selvi, S. M. (2008). Sağlık Turizmi. (Editörler: Necdet Hacıoğlu ve Cevdet Avcıkurt). Turistik Ürün Çeşitlendirilmesi. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Danışmanlık Tic. Ltd. Şti. ss.275-294.
- Smith, M. and Puczko, L. (2009). Health and Wellness Tourism. Butterworth-Heinemann Elsevier Ltd., USA.
- T.C. Kalkınma Bakanlığı. (2014). Sağlık Turizminin Geliştirilmesi Programı Eylem Planı, Onuncu Kalkınma Planı (2014-2018). Program Koordinatörü Sağlık Bakanlığı.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, (2018). 2018 Yılı Bütçe Sunumu. <http://sgb.kulturturizm.gov.tr/Eklenti/55744,2018butcesunumwebyayinpdf.pdf?0> adresinden 21 Nisan 2018'de alınmıştır.

T.C. Sağlık Bakanlığı Sağlık Hizmetleri Genel M¼d¼rl¼đ¼ Sağlık Turizmi Daire Başkanlığı, (2019). <https://saglikturizmi.saglik.gov.tr/TR,175/saglik-turizmi-hakkinda.html>, (Erişim Tarihi: 26. 03.2019).

T.C. Sağlık Bakanlığı, Sağlık İstatistikleri Yıllığı, (2018). <https://dosyasb.saglik.gov.tr/Eklenti/36134,siy2018trpdf.pdf?0> (Erişim Tarihi 3.04.2020).

T.C. Sağlık Bakanlığı. (2013). T¼rkiye Medikal Turizm Değerlendirme Raporu. Sağlık Hizmetleri Genel M¼d¼rl¼đ¼ Sağlık Turizmi Daire Başkanlığı. Hazırlayanlar; Kaya S., Yıldırım H., H., Karsavuran S., Özer Ö., şencan İ. ve Aydın D.

T.C. Sağlık Bakanlığı, (2012a). Sağlık Turizmi El Kitabı. Sağlık Hizmetleri Genel M¼d¼rl¼đ¼. Sağlık Turizmi Daire Başkanlığı.

T.C. Sağlık Bakanlığı, (2012b). Sağlık Turizminde Süreçler ve Aracı Kuruluşlar Araştırma Raporu. Hazırlayanlar; Aydın, D., Constantinides, C., Mike, C., Yılmaz, C., Genç, A. ve Lanyı, A. (2012). Sağlık Hizmetleri Genel M¼d¼rl¼đ¼ Sağlık Turizmi Daire Başkanlığı, Ankara.

TÜİK. (2019). Geliş Nedenine Göre Çıkış Yapan Ziyaretçiler, Harcama Türlerine Göre Turizm Geliri, Turizm Geliri ve Kişi Başi Ortalama Harcama 2002 - 2019. T¼rkiye İstatistik Kurumu.

TÜİK, (2018a). Hastane sayılarının illere göre dağılımı, 2002-2018. T¼rkiye İstatistik Kurumu.

TÜİK, (2018b). Sağlık Personeli Sayılarının İllere Göre Dağılımı, 2002-2018. T¼rkiye İstatistik Kurumu.

World Trade Organization and World Health Organization, (2002). WTO Agreements & Public Health. A Join Study by the WHO and the WTO Secretariat.