

T.C.  
İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

TÜRKİYE'DE SAĞLIK TURİZMİ HİZMETLERİ ALGISININ  
HASTA VE MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ ÜZERİNE ETKİSİ: İÇ  
ANADOLU BÖLGESİ ÖRNEĞİ

İŞLETME ANABİLİM DALI  
SAĞLIK KURULUŞLARI YÖNETİCİLİĞİ BİLİM DALI  
YÜKSEK LİSANS TEZİ

Hazırlayan  
Muhammed Can Yavuz

Tez Danışmanı  
Dr.Öğr. Üyesi Kutalmış Emre CEYLAN

İSTANBUL-2018



## TEZ TANITIM FORMU

**AD SOY AD** : Muhammed Can Yavuz

**TEZ DİLİ** : Türkçe

**TEZİN ADI** : Türkiye'de Sağlık Turizmi Hizmetleri Algısının Hasta Ve Müşteri Memnuniyeti Üzerine Etkisi: İç Anadolu Bölgesi Örneği

**ENSTİTÜ** : İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

**ANABİLİM DALI** : İşletme

**TEZİN TÜRÜ** : Yüksek Lisans

**TEZİN TARİHİ** : 06.07.2018

**SAYFA SAYISI** : 111

**TEZ DANIŞMANLARI** : Dr.Öğr.Üyesi Kutalmış Emre CEYLAN

**DİZİN TERİMLERİ** : Hizmet Kalitesi, Sağlık Turizmi, Müşteri ve Hasta Memnuniyeti

### TÜRKÇE ÖZET

:

Yapmış olduğumuz araştırmanın amacı sağlık turizmi kapsamında faaliyet gösteren sağlık işletmelerinin sundukları hizmet kalitesinin müşteri memnuniyetine ne derece etki ettiğinin belirlenmesidir. Bu kapsam doğrultusunda hizmet kalitesi değişkenlerinden olan danışma hizmeti, kat hizmeti, sağlık kurumlarında çalışan personele karşı duyulan güven hissi, kurumun fiyatlandırma politikası ve kurum yöneticilerin tutumu gibi hizmet kalitesine ait olan alt değişkenler ile kurumlardan hizmet alan müşterilerin memnuniyet düzeyleri arasında anlamlı bir etkinin olduğu tespit edilmiştir.

### DAĞITIM LİSTESİ

1. İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsüne
2. YÖK Ulusal Tez Merkezine

Muhammed Can Yavuz

T.C.  
İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

**TÜRKİYE'DE SAĞLIK TURİZMİ HİZMETLERİ ALGISININ  
HASTA VE MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ ÜZERİNE ETKİSİ: İÇ  
ANADOLU BÖLGESİ ÖRNEĞİ**

**İŞLETME ANABİLİM DALI  
SAĞLIK KURULUŞLARI YÖNETİCİLİĞİ BİLİM DALI  
YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Hazırlayan  
Muhammed Can Yavuz**

**Tez Danışmanı  
Dr.ÖĞr.Üyesi Kutalmış Emre Ceylan**

**İSTANBUL-2018**

## BEYAN

Araştırmanın yapılmasında bilimsel ahlak kurullarına uyulduğuna, başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel kurallara uygun olarak atıflarda bulunulduğuna ve kullanılan verilerde herhangi bir tahrifat yapılmadığını, tezin bir kısmının bu üniversitede ya da başka bir üniversitedeki başka bir tez olarak sunulmadığını beyan ederim.

Muhammed Can Yavuz

.../.../2018



**İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE**

Muhammed Can Yavuz'un Türkiye'de Sağlık Turizmi Hizmetleri Algısının Hasta Ve Müşteri Memnuniyeti Üzerine Etkisi: İç Anadolu Bölgesi Örneği adlı tez çalışması, jürimiz tarafından İŞLETME anabilim dalında YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak kabul edilmiştir.

Başkan \_\_\_\_\_

Üye \_\_\_\_\_

Üye \_\_\_\_\_

Üye

Üye

ONAY

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

... / ... / 2018

Prof.Dr. Nezir KÖSE

Enstitü Müdürü

## ÖZET

Dünyadaki gelişmeleri yakından takip ettiğimizde değişim ve yenilik kavramları gün geçtikçe önem kazanmaktadır. Değişmeyen tek olgunun değişimin bizzat kendisi olduğunu bilip kabul etmek zorundayız. Her sektör gibi bu değişimden sağlık turizmi sektörü de payını almıştır. Bu kurumlardan hizmet alan hastaların/müşterilerin istek ve ihtiyaçlarının karşılanması tedavi süresince almış oldukları hizmetlerin kalitesi kurumlar açısından büyük önem taşımaktadır.

Sağlık kurumlarında sunulan hizmetin belirlenmesinde en büyük pay uzman ve yardımcı personelin olsa da hizmet algısında hasta ve müşterilerin görüşleri ve beklentileri de belirleyici rol oynamaktadır. Bunun belirlenmesinde ise müşteri memnuniyeti rol oynamaktadır. Bir sağlık işletmesinin diğer sağlık işletmeleri ile arasında oluşan rekabetin sonucunda kazanan taraf olabilmesi için müşterilere sundukları hizmetin kalitesine kesinlikle dikkat etmeleri gerekmektedir. Bundan dolayı da müşteri memnuniyet sağlık işletmeleri için üzerinde durulması gereken konular arasında yer almaktadır.

Yapılan bu araştırmanın amacı sağlık turizmi kapsamında faaliyet gösteren sağlık işletmelerinin sundukları hizmet kalitesinin müşteri memnuniyetine ne derece etki ettiğinin belirlenmesidir. Müşterilerin ve hastaların müşteri memnuniyetinin belirlenmesi için katılımcıların verilerini toplamak için kişisel bilgi formu, hizmet kalitesi ölçeği ve memnuniyet anketleri uygulanmıştır. Ankette yer alan sorulara göre hipotezler geliştirilmiş ve denenmiştir.

Elde edilen bilgiler doğrultusunda hizmet kalitesine ilişkin boyutlar arasında yer alan 5 boyut ile aralarında anlamlı bir etkinin olduğu gözlemlenmiştir.

**Anahtar sözcükler:** Müşteri, müşteri memnuniyeti, hizmet kalitesi, sağlık turizmi

## ABSTRACT

We closely follow developments in the world of change and innovation concepts are increasingly gaining importance. Only knowing the case is unchanged, we have to accept the change himself. As each sector that has taken its share of health tourism sector of change. This service area bugs/customer premises so that requests and needs treatment received during service is of great importance in terms of the quality of institutions.

Health institutions, specialists and the largest share in determining the service provided helps the patient and customer service perception, although staff opinions and expectations plays a decisive role. It is in determining customer satisfaction. A health care business would occur between other health businesses as a result of competition with the winning side in order to have quality of service they offer to customers are required to pay attention to. Henceforward the need to focus on customer satisfaction for health enterprises are among the topics.

The aim of this research is conducted within the scope of health tourism, which operates health businesses offer the quality of service is to determine to what degree impact on customer satisfaction. Your clients and patients to determine the participants of customer satisfaction data to collect personal information form, the scale and quality of service satisfaction surveys. According to the questions contained in the survey has been developed and tested hypotheses.

According to information obtained by the service about the quality of the 5 dimension between dimensions with no significant effect was observed.

**Keywords:** Customer, customer satisfaction, quality of service, health tourism



## İÇİNDEKİLER

ÖZET .....	I
ABSTRACT .....	II
İÇİNDEKİLER .....	III
KISALTMALAR .....	V
TABLOLAR LİSTESİ .....	VI
ŞEKİLLER LİSTESİ .....	VII
EKLER LİSTESİ .....	VIII
GİRİŞ .....	1
<b>BİRİNCİ BÖLÜM</b> .....	<b>4</b>
<b>SAĞLIK VE SAĞLIK HİZMETLERİ KAVRAMI</b> .....	<b>4</b>
1.1. Sağlığın Tanımı ve Kapsamı .....	4
1.2. Sağlık Hizmetlerinin Tanımı, Önemi ve Amacı .....	6
1.3. Sağlık Hizmetlerinin Sınıflandırılması .....	8
1.3.1. Koruyucu Sağlık Hizmetleri .....	9
1.3.2. Tedavi Edici Sağlık Hizmetleri .....	11
1.3.3. Rehabilitasyon Hizmetleri .....	12
1.3.4. Sağlığın Geliştirilme Hizmetleri .....	12
<b>İKİNCİ BÖLÜM</b> .....	<b>14</b>
<b>SAĞLIK TURİZMİNE İLİŞKİN KAVRAMSAL ÇERÇEVE</b> .....	<b>14</b>
2.1. Turizmin Tanımı ve Önemi .....	14
2.2. Turizmde Bulunması Gereken Özellikler .....	16
2.3. Türkiye’de Turizmin Tarihsel Gelişimi .....	16
2.3. Turizm İşletmeleri .....	17
2.3.1. Ulaştırma Hizmetleri .....	18
2.3.2. Yiyecek İçecek Hizmetleri .....	18
2.3.3. Seyahat İşletmeleri .....	18
2.3.4. Rekreasyon İşletmeleri .....	18
2.3.5. Konaklama İşletmeleri .....	19
2.4. Turizm Türleri .....	19
2.4.1. Kış Turizmi .....	19
2.4.2. Yat Turizmi .....	20
2.4.3. Gençlik Turizmi .....	20
2.4.4. İnanç Turizmi .....	20
2.4.5. İpek Yolu Turizmi .....	21
2.4.6. Botanik Turizmi .....	21
2.4.7. Spor Turizmi .....	21
2.4.8. Sağlık Turizmi .....	22
2.5. Turizmin Türkiye Ekonomisindeki Yeri .....	22
<b>ÜÇÜNCÜ BÖLÜM</b> .....	<b>24</b>
<b>SAĞLIK TURİZMİ</b> .....	<b>24</b>
3.1. Sağlık Turizmine Genel Bakış .....	24
3.2. Sağlık Turizmi Çeşitleri .....	30

3.2.1. Termal Turizm .....	32
3.2.2. Medikal Turizm.....	34
3.2.3. Spa Wellness .....	36
3.2.4. İleri Yaş Turizmi .....	37
3.2.5. Klimatizm .....	38
3.2.6. Üvalizm .....	39
3.3. Sağlık Turizminde Gelişimsel Faktörler .....	39
3.3.1. Sağlık Turizmini Geliştiren Faktörler .....	39
3.3.2. Sağlık Turizmini Kısıtlayan Faktörler .....	40
3.4. Dünya’da Sağlık Turizmi.....	42
3.5. Türkiye’de Sağlık Turizmi .....	45
<b>DÖRDÜNCÜ BÖLÜM .....</b>	<b>50</b>
<b>SAĞLIK TURİZMİNDE MÜŞTERİ VE MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ KAVRAMLARI</b>	<b>50</b>
4.1. Sağlık Turizminde Müşteri Kavramı .....	50
4.2. Sağlık Turizminde Müşteri Memnuniyeti .....	51
4.2.1. Sağlık Kurumlarında Müşteri Memnuniyetini Etkileyen Faktörler .....	53
4.2.1.1. Sağlık Çalışanları ve Müşteri (Hasta) Etkileşimi .....	53
4.2.1.2. Doktorların Hastalara Karşı Tutumları .....	53
4.2.1.3. Hemşirelerin Hastalara Karşı Tutumları.....	54
4.2.1.4. Hastaların Bilgilendirilmesi (Danışma Hizmeti).....	54
4.2.1.5. Yeme-İçme Servisleri.....	54
4.2.1.6. Sağlık Kurumunun Fiziki Yapısı .....	55
4.2.1.7. Hastanelerdeki Bekleme Süreleri .....	55
4.2.1.8. Güven Ortamı .....	55
4.3. Sağlık Turizminde Hasta (Müşteri) Memnuniyetinin Önemi .....	56
<b>BEŞİNCİ BÖLÜM .....</b>	<b>57</b>
<b>ARAŞTIRMANIN BULGULARI.....</b>	<b>57</b>
5.1. Araştırmanın Amacı.....	57
5.2. Araştırmanın Önemi .....	57
5.3. Araştırmada Evren ve Örneklem .....	57
5.4. Veri Toplama Aracı ve Yöntemi .....	57
5.5. Verilerin Analizi .....	58
5.6. Araştırmanın Modeli .....	59
5.7. Hipotezler .....	59
5.8. Güvenirlilik Analizi.....	60
5.9. İstatistiksel Analizler .....	64
5.9.1. Araştırmaya Katılan Katılımcıların Frekans ve Yüzde Dağılımları ....	64
5.9.2. Hizmet Kalitesi Boyutlarının Müşteri Memnuniyetine Etkiye İlişkin Regresyon Analiz Sonuçları .....	66
<b>SONUÇ .....</b>	<b>68</b>
<b>ÖNERİLER .....</b>	<b>73</b>
<b>KAYNAKÇA .....</b>	<b>76</b>
<b>EKLER.....</b>	<b>-</b>

## KISALTMALAR

<b>BAKA</b>	:	BATI AKDENİZ KALKINMA AJANSI
<b>ÇAKA</b>	:	ÇUKUROVA KALKINMA AJANSI
<b>WHO</b>	:	DÜNYA SAĞLIK ÖRGÜTÜ
<b>a.g.e.</b>	:	ADI GEÇEN ESER
<b>İTO</b>	:	İSTANBUL TİCARET ODASI



## TABLolar LİSTESİ

### SAYFA

<b>Tablo 3.1.</b> Sağlık Turizminde Verilen Hizmet Kategorik Özellikleri .....	29
<b>Tablo 5.1.</b> Anketin Güvenirlik Analizi .....	60
<b>Tablo 5.2.</b> Danışma Hizmeti Faktörüne İlişkin Sonuçlar .....	61
<b>Tablo 5.3.</b> Kat Hizmeti Faktörüne İlişkin Sonuçlar .....	61
<b>Tablo 5.4.</b> Yemekhane Faktörüne İlişkin Sonuçlar .....	61
<b>Tablo 5.5.</b> Temizlik Hizmetlerine Faktörüne İlişkin Sonuçlar.....	61
<b>Tablo 5.6.</b> Kurumun Fiziki Yapısı Faktörüne İlişkin Sonuçlar.....	62
<b>Tablo 5.7.</b> Müşteri Memnuniyeti Faktörüne İlişkin Sonuçlar.....	62
<b>Tablo 5.8.</b> Hissedilen Güven Faktörüne İlişkin Sonuçlar .....	62
<b>Tablo 5.9.</b> Fiyatlandırma Politikası Faktörüne İlişkin Sonuçlar.....	63
<b>Tablo 5.10.</b> Yönetici Tutumu Faktörüne İlişkin Sonuçlar.....	63
<b>Tablo 5.11.</b> Katılımcıların Cinsiyet Dağılımları.....	64
<b>Tablo 5.12.</b> Katılımcıların Yaş Dağılımları .....	64
<b>Tablo 5.13.</b> Katılımcıların Medeni Durum Dağılımları .....	64
<b>Tablo 5.14.</b> Katılımcıların Eğitim Durumu Dağılımları.....	65
<b>Tablo 5.15.</b> Aynı Kurumdan Hizmet Alanların Dağılımı .....	65
<b>Tablo 5.16.</b> Katılımcıların Uyruklarına Göre Dağılımları .....	65
<b>Tablo 5.17.</b> Çoklu Regresyon Analiz Sonuçları .....	66

## ŞEKİLLER LİSTESİ

### SAYFA

<b>Şekil 1.1.</b> Sağlığın Genel Boyutları.....	5
<b>Şekil 1.2.</b> Etkin Sağlık Hizmetinde Bulunması Gereken Özellikler.....	8
<b>Şekil 1.3.</b> Sağlık Hizmetlerinde Sınıflandırma .....	9
<b>Şekil 3.1.</b> Sağlık Turizmi Çeşitleri.....	31
<b>Şekil 3.2.</b> Sağlık Turizmi Çeşitleri (2) .....	32
<b>Şekil 3.3.</b> Sağlık Harcamalarının GSYH'ye Oranları.....	43
<b>Şekil 3.4.</b> Dünya'da Sağlık Turizmi.....	44
<b>Şekil 3.5.</b> Sağlık Turizmi Daire Bakanlığı Organizasyon Yapısı.....	46
<b>Şekil 3.6.</b> Türkiye'de Sağlık Turizmi Swot Analizi .....	48
<b>Şekil 3.7.</b> Sağlık Turizminde Türkiye'nin Rekabetçi Unsurları.....	49
<b>Şekil 5.2.</b> Araştırmanın Modeli .....	59

## EKLER LİSTESİ

**EK-A** Türkçe Müşteri Memnuniyet Ölçeği

**EK-B** Almanca Müşteri Memnuniyet Ölçeği

**EK-C** İngilizce Müşteri Memnuniyet Ölçeği

**EK-D** Fransızca Müşteri Memnuniyet Ölçeği

**EK-E** Arapça Müşteri Memnuniyet Ölçeği

**EK-F** Rusça Müşteri Memnuniyet Ölçeği



## GİRİŞ

Turizm kar amacı gütmeyen bir yerden başka bir yere kalıcı olmadan, gittiği yere yerleşmeden farklı nedenlerle sürekli olarak kaldıkları yaşam alanlarını geçici bir süreliğine bırakarak ülke içi ya da ülke dışı konaklama amacı ile yaptıkları faaliyetler olarak tanımlanmaktadır. Günümüz koşullarında çok aşama kaydederek devamlı olarak gelişme gösteren sektörlerin başında yer almaktadır. Bundan dolayı da ülkelerin ekonomik faaliyetleri kapsamında ciddi getirileri olan ve her zaman devlet politikaları içerisinde yer alan önemli bir kavram olarak değerlendirilmektedir.<sup>1</sup>

Aynı zamanda turizm sektörü işsizliğin azalmasında etkin olarak faaliyet gösteren ve istihdam sağlama olanakları fazla olan bir hizmet sektörü olarak bilinmektedir. Bir ülke için amaç ne olursa olsun yapılan her türlü turizm faaliyetleri, ülke tanıtımında ciddi bir reklam ve pazarlama organizasyonlarını da içerisinde barındırmaktadır.

Zaman içerisinde teknolojik alt yapının gelişmesi, ulaşım olanaklarının çoğalması ve sanayinin giderek yaygınlaşması ile beraber hemen hemen her toplumda insanların satın alma gücünde artışlar meydana gelmektedir. Bundan dolayı da bireyler çeşitli aktivitelere katılmak, fuarları gezmek, kongrelere katılmak ya da sağlık hizmetleri almak için farklı nedenlerden dolayı seyahat etme eğiliminde bulunmaktadır.<sup>2</sup>

Araştırma kapsamında olan sağlık turizmi de bireylerin sağlık hizmetlerinden faydalanmak için buldukları yerlerden başka yerlere geçici süre ile hem tedavi olmak hem de konaklamak için yapmış oldukları seyahatler olarak ifade edilmektedir. Bireylerin böyle bir tercihte bulunmasında birçok neden yer almaktadır. Çeşitli nedenlerin olması da ülkeler arasında ciddi turist transferlerinin yaşanmasına neden olmaktadır.<sup>3</sup>

Sağlık harcamalarına ayrılması gereken paranın gelişmiş ülkelere çok yüksek olmasından dolayı bireyler buralardan daha düşük ücretli olan bölgelere giderek daha düşük maliyetle tedavi olma imkânından yararlanmak için bu yerlere seyahat etmektedir. Özellikle Almanya ve bazı Avrupa ülkelerinde faaliyet gösteren sigorta firmalarının Türkiye’de yer alan bazı sağlık hizmeti veren kurumlarla özel anlaşmalar imzalayarak vatandaşlarının bu yerlerde

---

<sup>1</sup> Aslı Albayrak, **Alternatif Turizm**, Detay Yayıncılık, Ankara, 2013, s.43.

<sup>2</sup> Akasya Akdu, Sağlık Turizmi Kapsamında Medikal Turizm ve Türkiye’deki Uygulamalar Üzerine Bir Araştırma, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2009, (**Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**).

<sup>3</sup> Akın Aksu, “Turist Sağlığı”, **Yeni Türkiye Dergisi**, Cilt: 7, Sayı: 39.

tedavi olmaları durumunda tedavi masraflarını karşılayabilir olmaları Türkiye'nin bu alanda gelişme göstermesine de ayrıca katkı sağlamaktadır.<sup>4</sup>

Türkiye'nin hem konum hem de iklim gibi avantajlarının bulunması bu ülkeler için ciddi bir çekici özelliği olmasına olanak tanımıştır. Avrupa ülkelerine olan coğrafi yakınlığının olması ve maliyetin düşük olması ciddi bir sağlık pazarının oluşmasına neden olmuştur. Türkiye'de faaliyet gösteren sağlık kurumlarının birçoğunun uluslararası standartlara uygun olması ve akredite olmasından kaynaklı tercih edilme noktasında cazip hale gelmesine neden olarak yabancı ülkelere gelen turistlerin en uğrak noktalarından birisi haline gelmiştir.<sup>5</sup>

Sağlık hizmetlerinin gelişmiş olması o ülkenin sağlık göstergelerinin iyi şekilde idare edildiğinin göstergesidir. Hemen hemen her toplum sağlık alanında gelişme göstermekte ve yenilenme sürecine girmiş durumdadır. Her zaman farklı arayış içerisinde bulunmalarından dolayı da her ülkede sağlık alanınca çeşitli alternatiflerin oluşmasına temel olmuştur.

Son dönemlerde Türkiye'de faaliyet gösteren organizasyon şirketleri ve yerel işletmeler yurt dışından hasta getirme ve tatil amaçlı gelen hastaları sağlık hizmetleri alma konusunda tercih edilebilir hale getirmiştir. Sağlık turizmi kapsamında değerlendirilen çeşitliliğinde artması bizim için büyük bir öneme sahiptir. Bu sağlık hizmetleri; medikal turizm, kaplıca turizmi ve yaşlı bakımı olarak örnek verilebilir.<sup>6</sup>

Sağlık kurumlarından hizmet alacak kişilerin kurum hakkında çok fazla bilgi sahibi olmamaları öncelikli olarak müşteriler için bir risk olarak değerlendirilmektedir. Kurumdan alacakları hizmetin kalitesi de müşteriler için çok büyük öneme sahiptir. Müşteriler öncelikli olarak kurumun fiziki yapısına bakarak fikir geliştirebilir ya da daha öncesinden bu kurumlardan hizmet almış kişilerin referansları ile hareket edebilirler. Alınan hizmetin denenebilir bir özelliği olmadığından dolayı çoğu müşteri kurum için referans değerleri öncelikli olarak dikkate almaktadır. Bundan dolayı da kurumlar kendilerinden hizmet alan müşterilerini memnun bir şekilde ayrılıp ayrılmadığını bilmesi gerekmektedir. Kurumlar eksik yönlerini bilir ve kendilerini geliştirirlerse ileride karşılaştıkları sorunları öncesinden çözmüş olabilir ve rekabet ortamında bir adım önde olabilirler.<sup>7</sup>

Kaliteli bir hizmet algısı her zaman için müşteri memnuniyeti ile doğrudan ilişki içerisinde. Bundan dolayı da hizmet alan müşteriler için ilk izlenim her zaman çok önemlidir.

<sup>4</sup> Zeynep Gülmez, Türkiye ve Dünya'da Sağlık Turizmi ve Çeşitleri, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2012, (**Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**).

<sup>5</sup> Ayhan Özgül, Türkiye'de Sağlık Politikaları Üzerinde Bir Değerlendirme, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta, 2014, (**Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**).

<sup>6</sup> Gülmez, a.g.e., s. 19.

<sup>7</sup> Aydın Yılmaz, Medikal Turizm Araştırması, Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları, Ankara, 2010.



Hizmet sunacak olan personellerin dikkatli olanları ve müşterilerin beklentilerine cevap verecek şekilde eğitilmesi gerekmektedir. Verilen hizmetten memnun olarak kurumdan ayrılan müşteriler ilerleyen zaman açısından sadık müşteri kitlesinin de oluşmasına yardımcı olacaktır.<sup>8</sup>

Bu kapsam doğrultusunda çalışmanın amacı da “Türkiye’de Sağlık Turizmi Hizmetleri Algısının Hasta ve Müşteri Memnuniyeti Üzerine Etkisi” olarak tanımlanmıştır. Araştırmanın ilk iki bölümünde konu ile alakalı olan kavramlar hakkında literatür taraması yapılmış ve üçüncü bölümde araştırma kapsamında toplanan anket ve analiz sonuçlarına yer verilerek tablolar halinde yorumlaması yapılmıştır. Son olarak elde edilen veriler ve kurulan hipotezler yorumlanarak bir sonuca ulaşılması hedeflenmiştir.

Sağlık turizminde faaliyet gösteren kurumların vermiş oldukları hizmet kalitesinin müşteri memnuniyetine etkisinin belirlenmesinde dayanak oluşturacak çıkış noktaları belirlenmiştir. Bunlar; kurumda hizmet veren personele karşı hissedilen güven, kurumların fiziksel özellikleri, personel tutumları, kurumun fiyatlandırma politikaları, temizliğine verilen önem, yeme-içme hizmetleri, danışma hizmetleri ve kat hizmetleri olarak belirlenmiştir.

---

<sup>8</sup> Asiye Gölpek Karababa, Ülkeler Arası Sağlık Turizmi Kıyaslaması, Hasan Kalyoncu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep, 2017, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi).

## BİRİNCİ BÖLÜM

### SAĞLIK VE SAĞLIK HİZMETLERİ KAVRAMI

Araştırmanın bu kısmında sağlık ve sağlık hizmetlerine ilişkin genel bilgilere yer verilmiştir. Sağlık tanımı, önemi, sağlık hizmetlerinin tanımı ve sınıflandırılması gibi kavramlar üzerinde durulmuş ve literatür taraması yapılmıştır.

#### 1.1. Sağlık Tanımı ve Kapsamı

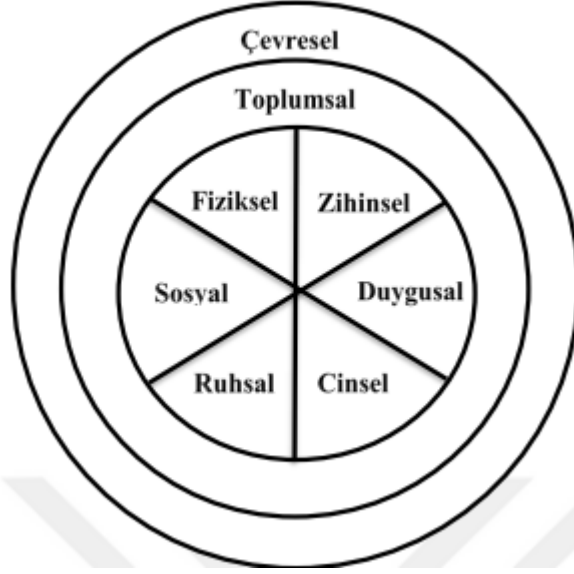
Bireyden bireye ya da toplumdaki topluma farklı düşünceler ve yorumlar yapılsa da insanlar sağlık durumları hakkında bir şikâyetle bulunmuyorlarsa kendilerini sağlıklı bireyler olarak algılamaktadırlar. Örnek verilecek olursa sağlık konusunda fazla bilgisi olmayan bir kişinin sağlıklı yaşam noktasında hassasiyeti çokta fazla olmayacaktır. Kısacası ufak rahatsızlıklar geçirdiğinde bunu önemsemeyecek ve gerekli olan tedbiri almayacaktır. Fakat farkındalık olarak yüksek düzeye sahip olan bireylerde durum bu şekilde olmamakla beraber hemen gerekli görülen tedavi yollarına başvurulması kaçınılmaz bir gerçek olarak karşımıza çıkacaktır.<sup>9</sup>

Sağlık kavramının kültürler arasında farklılık göstermiş olduğu bilinse de bütün insanlığın ortak değerlerinden birisi olduğu için genel bir tanımının yapılmasına ihtiyaç duyulmuştur. Özellikle dünya sağlık örgütü tarafından yapılan tanımlamada; sağlık bireylerde sadece hastalanma ve sakatlanma süreci olarak değil, aynı zamanda bedensel, ruhsal ve sosyal alanlardan da tam anlamıyla iyilik halinde olması olarak ifade edilmektedir.<sup>10</sup>

Aşağıdaki şekilde sağlık kavramının boyutları hakkında daha detaylı bilgi sahibi olunması açısından gerekli olan bütün boyutlara yer verilmiş ve tanımlamaları yapılması amaçlanmıştır.

<sup>9</sup> Sinem Somunoğlu, **Sağlık Kurumları Yönetimi**, Sağlık Bakanlığı Yayınları, Ankara, 2012.

<sup>10</sup> Serkan Yalkın, **Sağlık Hizmetlerinde Kalite Yönetimi ve Kalitenin Servqual Yönetimi İle Ölçülmesine Yönelik Bir Uygulama**, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2010, (**Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**).



**Şekil 1.1.** Sağlığın Genel Boyutları

Şekil 1 detaylı şekilde incelendiğinde en içte bulunan dairede yer alan kavramların hepsi sağlığın bireysel olan boyutlarını içermektedir ve bunlar 6 boyutta incelenmektedir. Aşağıda bu 6 boyut ele alınmıştır;<sup>11</sup>

1. Fiziksel olarak sağlık vücut ile doğrudan alakalı olan dinçliği ve hasta olmamayı ifade etmektedir.
2. Zihinsel olarak sağlık ise bireylerde oluşan olumlu düşünce yapısı olarak tanımlanan ve bireylerin kendi değer inançları olarak ifade edilmektedir. Bu kapsam dâhilinde bireylerin kendilerini iyi hissetmeleri ve ortaya çıkan sağlık sorunları ile baş edecek gücü kendi içlerinde bulmalarıdır.
3. Duygusal olarak sağlık bireylerin duygu olarak sevildiklerini düşünme ve ilişkiler kurup bunları ifade edebilmeleri olarak ifade edilebilir.
4. Sosyal olarak sağlık sosyal gruplar içerisinde kendisine destek bulabilme ve aile, arkadaş gibi yakın toplumlar içerisinde kendisine yer edinebilme olarak tanımlanır ve çevresindeki kişilerle çeşitli etkinliklere katılmak gibi farklı faaliyetleri göstermesi gerekmektedir.
5. Ruhsal olarak sağlık hem ahlaki olarak hem de dinsel inançlarını bir bütün olarak ele alarak bu fikir ve düşünceleri kabul etme yetisinin açılımı olarak söylenebilir.
6. Cinsel olarak sağlık bireylerin cinsel kimlikleri gereğince kendilerini bu alanda tatmin edebilmeleri ve durumları doğrudan kabullenmeleri gereken bir durumdur. Fakat Türkiye’de bu durum çokta içtenlikle konuşulan ve üzerinde durulan konular arasında yer almamaktadır. Bunun en önemli nedeni ise cinselliğin toplum nazarında ahlaki

<sup>11</sup> İnci Çınarlı, **Sağlık İşletmeleri ve Medya**, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 2008.

değerlerle uyuşmaması ve konuşulmasının kişilerin inançlarını zedeleyeceği düşüncesidir.

Sağlık ile toplumun arasında nasıl bir ilişkinin kurulduğu ve aralarında nasıl bir bağ oluştuğu, sağlık ile toplum arasındaki bütünleşmenin ne derecede olduğunun gösterilmesidir. Aynı zamanda çevresel sağlıkta durum başka boyutları ile alınmaktadır. Sağlığı etkileyen çevresel faktörlerin ifadesi olarak değerlendirilmektedir.<sup>12</sup>

Sağlık dünyanın en genel değerleri arasında yer almaktadır. Toplumların ayakta kalmaları için ve gerekli olan önlemlerin alınmasında ortak bir kültürün benimsenmesi gerekmektedir. Bu kapsam doğrultusunda sağlık alanında birçok faaliyet gösteren Dünya Sağlık Örgütü (WHO) 2000'li yılların başında yayımlamış olduğu bildirmede aşağıdaki ilkelerden bahsetmektedir:<sup>13</sup>

- Bireylerin sağlıklarında yaşanabilecek her türlü soruna karşı onları motive ederek umutsuzluğa kapılmalarını engellemek,
- Sağlık alanından belirlenmesi gereken kazanımları ifade etmek,
- Toplumsal alanda topluma yönelik sağlık hizmetlerini belirleyerek bu hizmetleri sunmak,
- Ülkelerin daha gelişmiş ve kapsamlı olarak sağlık hizmeti vermelerini sağlamak,
- Sağlıkta meydana gelen maddi sorunların çözüme kavuşturulmasında adımlar atılmasını sağlamak,
- Koruyucu olan sağlık hizmetlerinin yaygınlaştırılmasını sağlamak ve hizmetleri artırmaya çalışmak.

## 1.2. Sağlık Hizmetlerinin Tanımı, Önemi ve Amacı

Sağlık hizmetleri özellikle son dönemlerde özel sağlık kuruluşlarının da yaygınlaşması ile beraber ciddi nitelikler kazanmaya başlamıştır. Bu noktada sağlık kurumları arasında rekabetin yaşanması da kaçınılmaz bir gerçek olarak değerlendirilmektedir. Sağlık hizmetlerini tarihsel süreç içerisinde zaman özellikle ilk zamanlarda devlet otoritesinin hâkim olduğu ve daha sonrasında modernleşme sürecine girerek özel kurumlarında dâhil olması ile beraber sağlık hizmetleri hususunda yeniliklerin yaşanmasına da zemin hazırlamıştır.<sup>14</sup>

<sup>12</sup> Çınarlı a.g.e., s.16.

<sup>13</sup> Ayşegül Çelik, Sağlık Turizmi Kapsamında Termal İşletmelerde Sağlık Hizmetleri Pazarlaması ve Algılanan Hizmet Kalitesi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2009, (**Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**).

<sup>14</sup> Akdu, a.g.e., s.2

Günümüze geldiğimizde artık kamu ve özel kuruluş ayrımı yapılmaksızın hemen hemen her kurumda işletmeci bir ruh ortaya çıkmıştır. Kamusal alanda faaliyet gösteren kurumların asıl amaçları bireylerin vatandaşlık hakları arasında yer alan sağlığın korunması konusunda bir gerekliliktir. Fakat son dönemlerde özel sektöründe işin içerisinde yoğun olarak dâhil olmasından dolayı hem kamu kurumları hem de özel kurumlar arasında bir bağ oluşmaya başlamıştır.

Sağlık hizmetleri sadece kişilerin rahatsızlıklarını tedavi eden, teşhis koyan ve rehabilite eden kimliklerinin yanı sıra hastalıkların önlenmesinde, toplumsal ya da bireysel sağlık sorunları ile ilgilenen sağlık düzeylerinin geliştirilme noktasında yardımcı olan faaliyetleri kapsayan geniş bir yapısı bulunmaktadır.<sup>15</sup>

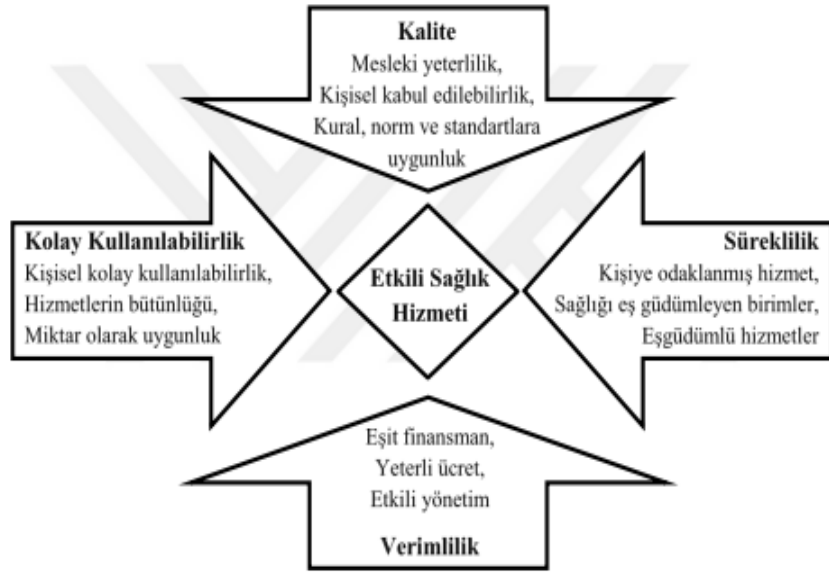
Sağlık hizmetlerin diğer hizmet türlerine göre farklılaştıran ve onlardan ayıran bazı özellikleri bulunmaktadır. Bu özellikler şunlardır:<sup>16</sup>

- Sağlık hizmetleri üst düzey profesyonel kişiler tarafından verilmesi gerekmektedir.
- Verilen hizmetin karşılığı diğer hizmet türlerine göre daha kısa sürede görülmemektedir. Uzun zaman isteyen ve sonuçlarında beklenmesi gereken hizmetler olarak değerlendirilmektedir.
- Sağlık hizmetinde birbiri ile ilişkili fakat aynı işi yapmayan birçok birim koordineli şekilde çalışmaktadır.
- Sağlık hizmetleri kapsamında verilen hizmetler acil ve ertelenemez hizmetlerdir.
- Sağlık kurumuna başvuran hastaların alacakları hizmetler kişiye özgüdür. Herkese aynı tedavi uygulanmamaktadır.
- Kurumun herhangi bir noktasında yaşanacak aksamalar diğer birimleri de doğrudan etkilemektedir.
- Sağlık hizmetleri kapsamında alınan ücreti belirleyici faktör olan hekimlik hizmetinin denetlenemez olma özelliği bulunmaktadır.
- Alınacak hizmet tamamen rastlantı olarak karşılaşılmaktadır. Bireyin nerde ve ne zaman bu hizmete ihtiyaç duyacağı belli olmaz.
- Hizmetlerde ikame yoktur.
- Sağlık hizmetlerinden yararlanmak isteyen bireylerin alacakları hizmeti kendileri değil kontroller sonrası hekimler karar verir.
- Sağlık hizmetlerinde verilen hizmetin kalitesini önceden tahmin etmek zordur.

<sup>15</sup> Şahin Kavuncubaşı, **Hastane ve Sağlık Kurumları Yönetimi**, Siyasal Kitapevi, Ankara, 2000.

<sup>16</sup> Metin Yerebakan, **Özel Hastaneler Araştırması, Mevcut Durum, Sorunlar ve Çözüm Önerileri**, İTO Yayınları, İstanbul, 2000.

- Sağlık hizmetlerinde yapılan işin garantisi yoktur. Çünkü insan sağlığı her zaman risk altındadır.



**Şekil 1.2.** Etkin Sağlık Hizmetinde Bulunması Gereken Özellikler

Toplumda farklılık gösteren istek ve arzular doğrultusunda gösterilen hizmetlerin faydalı ve etkin olabilmesi için şekil 2 de yer alan birtakım özellikleri de içerisinde barındırması gerekmektedir. Eğer verilmesi hedeflenen sağlık hizmetlerinde yukarıda bulunması gereken özelliklerden herhangi birisinin olmaması durumunda hizmet alan kişilerde istenen beklentilerin karşılanmayacağı bilinmektedir. Kısacası bu özellikler ayrılmaz bir bütündür eğer içerisinden birisi eksik ya da hiç olmazsa etkili bir sağlık hizmeti verilmemiş olur.<sup>17</sup>

Sağlık hizmetlerinin amacı genel olarak kurumdan hizmet almak için gelen kişilerin istek ve arzularını karşılayan ve hizmet sonucunda da memnuniyet derecelerini yükselterek sağlıklarına kavuşmalarında yardımcı olmak gibi genel bir amacı bulunmaktadır. Aynı zamanda sağlık hizmetlerinin doğuştan itibaren kazanılan ve anayasal güvence altında korunan vatandaşların en temel haklarından birisi olduğu da unutulmamalıdır.

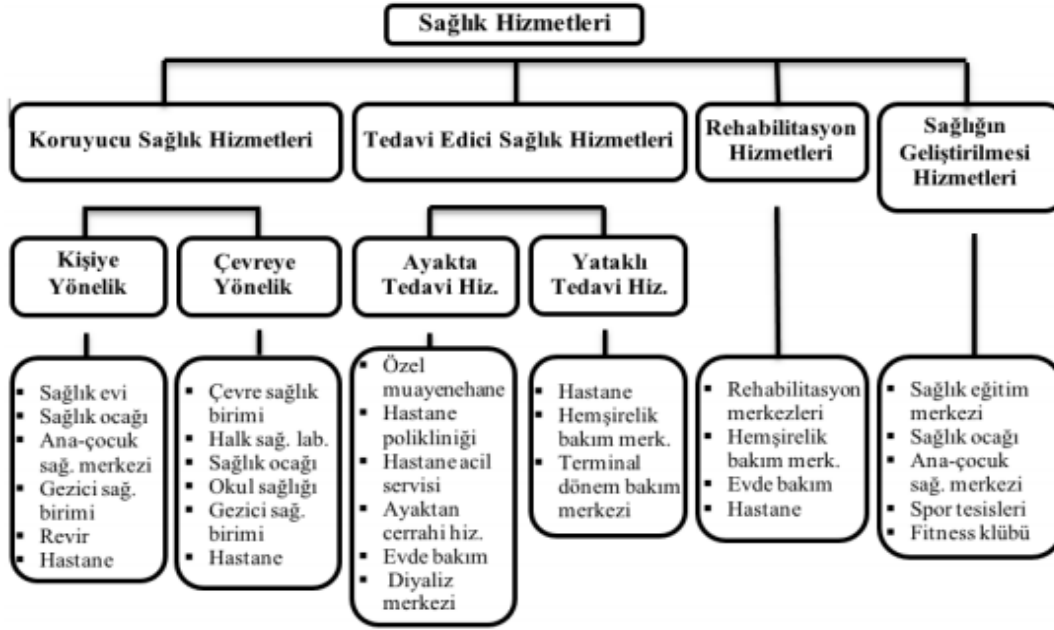
### 1.3. Sağlık Hizmetlerinin Sınıflandırılması

Sağlık kurumları genel kuruluşundaki amaç toplumun ve bireylerin sağlık alanında ihtiyaç duydukları eksiklikleri gidermek ve toplumun sağlık refah düzeyini üst seviyelere çıkartarak yaşanabilir bir ortam sunmayı amaçlamaktadır. Bundan dolayı da sağlık kurumları kendi içlerinde birtakım gruplara ayrılmış ve farklı sınıflandırmaların yapılmasına yol açmıştır.

<sup>17</sup> Kavuncubaşı, a.g.e., s. 64.

Aşağıda sağlık kurumlarının sınıflandırılmasında amaca yönelik olarak verilmesi gereken hizmetler listelenmiştir.<sup>18</sup>

1. Bireylerde oluşabilecek muhtemel hastalıklara karşı korunmasını sağlamak.
2. Mevcut rahatsızlıkların tedavilerini gerçekleştirerek onları iyileştirme adı altında tedavi etmek.
3. Hastalık sonrasında bireyde meydana gelen rahatsızlıkların adaptasyon sorunlarını aşmak için yardımcı olmak.



Şekil 1.3. Sağlık Hizmetlerinde Sınıflandırma

### 1.3.1. Koruyucu Sağlık Hizmetleri

Bu sağlık hizmeti daha hastaların bile durumun farkında olmadığı gelecekte bireye zarar verebilecek muhtemel rahatsızlıkların engellenmesinde ve sakatlanma risklerinin engellenmesinde sorunları teşhis ederek erken tedavinin başlamasını sağlayan hastalanma sürecinden önce verilen bir sağlık hizmetidir. Toplumun ve bireylerin sağlıklarını korumak amacı ile öncelikli olarak kişilere sonrasında da çevresine yönelik alınması gereken tüm tedbirleri içerisinde barındıran bir hizmet olduğu bilinmektedir.<sup>19</sup>

<sup>18</sup> Murat Yazgan, Sağlık İşletmelerinde Hizmet Kalitesinin Sağlık Hizmeti Sunan ve Sağlık Hizmeti Alan Taraflarca Değerlendirilmesi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2009, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi).

<sup>19</sup> Sevtap Ünal, Sağlık Hizmetlerinde Müşteri Memnuniyeti, Detay Yayıncılık, Ankara, 2008.

Koruyucu sağlık hizmetini veren kuruluşlar genellikle devlet ile beraber çalışan grupları içerisinde barındırmaktadır. Verilen hizmetler kendi içerisinde gruplara ayrılmaktadır. Bu hizmet doğrultusunda verilen her türlü işlem önleyici faaliyetleri içerisinde barındırmaktadır.<sup>20</sup>

Sağlığı koruma amacı ile verilen hizmetler üç ana başlık altında incelenmektedir. Bunlar; primer, sekonder ve tersiyer korumadır.<sup>21</sup>

Primer koruma kapsamında verilen hizmetler öncelikli olarak toplumu korumayı amaçlamaktadır. Bu hizmeti verirken de özellikle bireylerin aşılanması, yeme içme alışkanlıklarının korunması gibi hizmetleri kapsamaktadır. Aynı zamanda hem fiziksel hem de duygusal anlamda iyi olmaları için gereken önlemlerin alınması olarak da ifade edilebilir.<sup>22</sup>

Sekonder koruma kapsamında ise bireylerin sağlıklarının bozulması olasılığı düşünüldüğünde erken teşhisin yapılması ve gereken tedavi edici önlemlerin alınması olarak ifade edilebilir. Toplumun ve bireylerin hastalıklara karşı korunması aşamasıdır.<sup>23</sup>

Tersiyer koruma kapsamında verilen hizmetler genellikle ortaya çıkan kalıcı bir sakatlık ve bozuklukların bireyde meydana getireceği tahribatı en aza indirmek amacıyla hastaların yaşam kalitelerini en st seviyeye çıkartmak amacı ile verilen hizmet türüdür. Bu hizmetler ilk iki aşamaya nazaran daha profesyonel ve daha özverili bir çalışma gerektirmektedir. Çünkü bireylerin yeni yaşam koşullarına alıştırılması sürecinde motivasyonu ve gerekli görülen özgüvenin sağlanması çok önemlidir.<sup>24</sup>

Daha öncesinde de bahsedildiği gibi koruyucu sağlık hizmetleri bireylere ve çevreye yönelik olarak veriliyor olması nedeni ile 2 farklı gruba ayrılmaktadır. Bunlardan birincisi olan çevreye yönelik olarak faaliyet gösteren koruyucu hizmetler bireylerin çevresinde bulunan ve bireylerin sağlığını doğrudan etkileyerek zarar veren durumların en aza indirilmesi amacı ile faaliyet göstermektedir. Bu hizmetler kısacası şu şekilde ifade edilebilir;<sup>25</sup>

- Bireyler için temiz su kaynaklarının bulunması,
- Hava kirliliği ile mücadele etme,
- Gelişen sanayi koşulları sonucunda ortaya çıkan kirliliğin azaltılma çalışmaları,
- Çevreye ve bireylere zarar verecek haşerelerle mücadele,
- Plansız kentleşmenin önüne geçerek doğaya zarar verilmesinin engellenmesi,

<sup>20</sup> Dilek Yılmaz, Sağlık Kurumlarında alışan Personellerin Mesleki Tükenmişlik Düzeylerinin Belirlenmesi, İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2017, (**Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**).

<sup>21</sup> Yerebakan, a.g.e., s. 19.

<sup>22</sup> Yılmaz a.g.e., s. 23

<sup>23</sup> Yerebakan a.g.e., s. 19.

<sup>24</sup> Yılmaz a.g.e., s.25

<sup>25</sup>Osman Hayran, **Sağlık Hizmetleri ve Hastane Yöneticiliği**, Yüce Yayınları, İstanbul, 1997.



- Bireylerin ihtiyaçları olan besinlerin kontrolü,
- Radyasyon ile mücadele olarak söylenebilir.

Bireylere yönelik olarak verilen sağlık hizmetleri kapsamında ise kişilerin hastalıkla mücadele edebilmeleri için gerekli olan aşılamanın yapılması ve en erken dönemlerde tanılarının konulması sürecinde verilen hizmetler olarak söylenebilir. Bireylere yönelik olarak verilen koruyucu sağlık hizmetleri hastalıklarda erken tanı, tedavi sürecine erken başlamak, aşılamaların zamanında yapılması, ilaçlar ile tedavi yöntemleri sağlık beslenme, aile planlaması, kötü alışkanlıklarla mücadele ve toplumu bilinçlendiren hizmetler olarak söylenebilir.<sup>26</sup>

### 1.3.2. Tedavi Edici Sağlık Hizmetleri

Bu sağlık hizmet kapsamında hizmet alan kişilerin hasta olarak nitelendirilmesi gerekmektedir. Yani bireylerin sağlıklarında meydana gelen bozulmaların tedavi edilerek bireylerin yeniden sağlığına kavuşması için verilen bir hizmet türüdür. Bu hizmetler verilirken gerekli olan ön koşul bir hekim ve diğer sağlık personelleri aracılığı ile veriliyor olmasıdır. Tedavi edici sağlık hizmetleri yatarak ve ayakta hizmetler olarak sağlanmaktadır.<sup>27</sup>

Tedavi edici sağlık kurumlarında sağlık hizmetlerinin kapsamı ve yoğunluğu açısından değerlendirildiğinde üç aşamada sınıflandırılması da yapılmaktadır. Bu sınıflar aşama aşama gidilerek gerçekleştirilmektedir.<sup>28</sup>

Birinci aşama tedavi edici hizmetleri, hastaların tedavilerinin evlerde ya da ayakta yapıldığı hizmetleri kapsamaktadır. Bu noktada hastalar bu hizmete en kolay yol ile ulaşma imkânı verilmiştir. Bu hizmeti almak için evlerinin yakınlarında bulunan aile hekimlerine, özel doktor muayenehanelerine ve yakın semt polikliniklerine başvurarak alabilirler.<sup>29</sup>

İkinci aşama tedavi edici sağlık hizmetleri, bu aşama yatarak tedavi hizmeti sunan sağlık kurumlarını ifade etmektedir. Uzun soluklu ve takibi gereken hastaların başvurdukları kurumlar olarak değerlendirilmektedir. Bu aşamada ilk aşamada sonuç alamayan hastalar bu aşamaya geçmek zorundadır ve özel branşların olduğu genel hastaneleri içerisine almaktadır.<sup>30</sup>

<sup>26</sup> Yılmaz, a.g.e., s. 20.

<sup>27</sup> şahin Kavuncubaşı ve Selami Yıldırım, **Hastane ve Sağlık Kurumları Yönetimi**, Siyasal Kitapevi, Ankara, 2015.

<sup>28</sup> Metin Ateş, **Sağlık İşletmeciliği**, Beta Basım A.ř., İstanbul, 2011.

<sup>29</sup> Ateş a.g.e., s.12.

<sup>30</sup> Ateş a.g.e., s.12.

Üçüncü aşama tedavi edici sağlık hizmetleri, bu kurumlarda üst düzey sağlık hizmetleri adı altında farklı teknolojik cihazlarla alanlarında uzmanlaşmış doktorların yer aldığı ve hastaların sağlığı için ciddi emek harcanan sağlık kurumlarıdır. Farklı alanlarda hizmet veren ve alanında uzmanlaşan sağlık kuruluşlarıdır. Bu kapsamda sanatoryumlar, onkoloji hastaneleri, kalp hastalıkları ve ruhsal bozukluklarla ilgilenen hastaneler bu kurumlara örnek olarak verilebilir.<sup>31</sup>

### 1.3.3. Rehabilitasyon Hizmetleri

Diğer sağlık hizmetlerini alan hastalarda bazen ruhsal ve bedenen bazı sorunlar meydana gelebilir. Bundan dolayı da daha sonraki basamak olarak değerlendirilen rehabilite edici sağlık hizmetlerinden yararlanmak isteyebilirler. Bu sağlık kurumlarının amacı bireylerin sosyal hayata tekrardan uyum sağlamasına yardımcı olmaktır. Yaşanan rahatsızlıklardan dolayı bu kurumlara ciddi derecede ihtiyaç duyulmaktadır.

Bu hizmet kapsamında hastaların zaman içerisinde geçirdikleri rahatsızlıklar sonucu ya da kazalar sonucu oluşan kalıcı bedensel kayıpların ya da ruhsal dengenin bozulmasından sonra bireyin bir bütün olarak değerlendirilmesi sonucunda tekrardan hayata tutunmasına ve olası sakatlık durumuna alışabilmesi için verilen hizmetleri içermektedir.<sup>32</sup>

Bireylerin geçirdikleri hastalıklardan ya da kazalardan sonra ortaya çıkan iş gücü kayıplarının giderilmesine yönelik olarak verilen hem tıbbi hem de sosyal rehabilitasyon hizmetlerini de kapsamaktadır.<sup>33</sup>

### 1.3.4. Sağlığın Geliştirilme Hizmetleri

Bireylerin sağlıklarının geliştirilmesinde sunulan hizmetler, kişilerin sağlık durumlarının, yaşam kalitelerinin ve yaşama sürelerinin artırılması amacı ile verilen hizmetler olarak değerlendirilmektedir.

Günümüzde genlerden gelen ya da doğumdan itibaren başlayan hastalıkları dışında kalan ve bireylerin zaman içerisinde yaptıkları yanlış iş ve işlemlerden kaynaklı olarak ortaya çıkan ya da düzensiz ve yanlış beslenme gibi nedenlerden ötürü bazı rahatsızlıkların ortaya çıktığı bilinmektedir. Bireyin sağlığının gelişmesinde yine en büyük etken bireyin kendisidir. Bütün görev kendi üzerindedir.<sup>34</sup>

---

<sup>31</sup> Ateş a.g.e., s.13.

<sup>32</sup> Kavuncubaşı ve Yıldırım, a.g.e., s. 39.

<sup>33</sup> Ateş, a.g.e., s. 13.

<sup>34</sup> Filiz Sapancı, Sağlık Hizmetlerinde Engellilik Kavramı ve Engellilerin Sağlık Hizmetlerinden Yararlanmaları, Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2013, (**Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**).

Eğer bireyler yeteri kadar hareketli olurlarsa, vücuda zarar verecek kötü alışkanlıklarından vazgeçerlerse, fastfood olarak nitelendirilen hazır yemeklerden uzak dururlarsa yaşam sürelerinde uzamanın yanısıra sağlıklı yaşam konusunda da kendilerine yardımcı olacaklardır.



## İKİNCİ BÖLÜM

### SAĞLIK TURİZMİNE İLİŞKİN KAVRAMSAL ÇERÇEVE

#### 2.1. Turizmin Tanımı ve Önemi

İnsanoğlu varlığından bu yana devamlı olarak farklı yerlere gitme isteğinde bulunmuştur. 2. Dünya savaşı döneminde bu istek ve arzu artarak devam etmiş ve insanlar geçici olarak buldukları yerleri bırakarak farklı bölgelere gitmek zorunda kalmıştır.<sup>35</sup>

Turizm; insanların gündelik hayatlarını idame ettirdikleri ve çalıştıkları yer dışındaki alanlarda gezme, görme, merak, dinlenme, eğlenme, spor, din, eğitim, toplantılara katılma, sağlık, alışveriş, ziyaret gibi çalışma dışı amaçlarla en az 24 saat süreli geçici seyahatleri, seyahatleri sürecince en az bir gece konaklamaları ve turizm işletmelerinin ürettikleri ürünleri satın almalarıyla ilgili olaylar ve ilişkiler bütünüdür.

Bu tanım kapsamında 3 ana unsur yer almaktadır. Bunlar:<sup>36</sup>

1. Yaşam alanlarından bağımsız olan farklı bölgelere yönelmeleri gerekmektedir.
2. Turizm uygulamalarının sağlanmasında çeşitli ulaşım araçlarının kullanılması gerekmektedir.
3. Turizm hizmeti sunan işletmelerin konaklama amacı ile işletmelere gelen misafirlerin istek ve arzularına uygun hizmetleri sunması gerekmektedir.

Turizm kavramı tanımlanması yapılırken ülkeler arasında farklı tanımlamalar bulunmaktadır. Aşağıdaki tanımlamalarda ülkeler arasındaki farklılıklar gösterilmiştir<sup>37</sup>;

**Kanada Turizm Komisyonu:** Konaklama süresinin 12 ayı geçmemesi ve buldukları bölgeden ortalama 80 kilometre uzaklaşması gerekmektedir.

**Ontario Turizm Bakanlığı (Kanada):** Gündelik turlarda ortalama 40 kilometre uzaklığa gidilmesi ve geceleri konaklama faaliyetinde bulunulacaksa kilometre sınırı olmadan hareket edilmesi belirtilmiştir. Konaklama süresinin 12 ayı geçmemesine özen gösterilmesi gerekmektedir.

**Seyahat Endüstrisi Kuruluşu (ABD):** Turizm kapsamında değerlendirilmesi için ortalama 80 mil dolaylarında seyahat edilmesi gerekmektedir.

<sup>35</sup> Selim Koyuncuoğlu, **Turist Sağlığı (Medikal) Turizm Stratejisi 2023**, Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları, Ankara, 2012.

<sup>36</sup> Atilla Hazar, **Turizme Giriş**, Nobel Yayıncılık, Ankara.

<sup>37</sup> Nazım Kozak, Metin Kozak ve Meryem Kozak, **Genel Turizm İlkeleri ve Kavramları**, Detay Yayıncılık, Ankara, 2001, s. 63.

**New Hampshire Eyaleti (ABD):** Yapılan turizm etkinliklerinin bireylerin yasal sınırları içerisinde yer almaması gerekmektedir. Turizm faaliyetleri zamana, harcanan paraya ve yaşam alanlarına olan uzaklıklara bakılmadan karar verilmektedir.

**Tayvan Turizm Bürosu:** Hayatını sürdürmüş oldukları alanlar kapsam dışında tutulmuştur ve seyahat süreleri 12 ay ile sınırlandırılmıştır. Ayrıca iş amacı ile yapılan geziler ve turlarda kapsam dışında bırakılmıştır.

**Avustralya Turizm Araştırma Bürosu:** Konaklama faaliyeti gerçekleştirilecek ise 40 kilometre sınırı getirilmiştir. Gününbirlik yapılan seyahatler de ise ortalama 50 km ve en az 4 saat olması gerekmektedir.

**Ulusal Turizm Yönetimi (Çin):** Eğer turizm faaliyeti gerçekleştirilecek ise 6 aylık zaman diliminin geçirilmemesine özen gösterilmesi gerekliliği vurgulanmıştır. Öğrencilerin ve çalışma amacı ile bir yerden başka bir yere seyahat eden kişiler kapsam dışında bırakılmıştır.

**Yeni Zelanda Turizm Danışma Kurulu:** Bireylerin geçici olarak buldukları yerden ayrılma durumu olarak değerlendirilmiştir. Konaklama ve geceleme olması gerekmektedir.

**Devlet İstatistik Enstitüsü (Türkiye):** İkamet edilen ülkeden başka bir ülkeye en az 24 saat süreyle yapılan seyahatlerdir.

**Turizm Bakanlığı (Türkiye):** İkamet edilen alan dışında eğer ülke içi ise 6 ay ülke dışı seyahat ise 12 ay olarak belirtilen faaliyetleri kapsamaktadır.

**Dünya Turizm Örgütü:** Kişilerin ikamet ettiği yer dışındaki bir yere bir yılı aşmamak üzere, boş zaman değerlendirme, iş veya diğer benzeri amaçlarla yaptıkları seyahat ve konaklama aktiviteleri olarak tanımlanmaktadır.

Turizm sektörü geniş bir pazar alanına sahip olan ve aynı zamanda farklı işletmeleri bir arada tutan bir sektör olarak görülmektedir. Örnek verilecek olursa, konaklama hizmeti sunan oteller, organizasyon şirketleri, yeme içme hizmeti sunan kafeler, restoranlar, bölge halkının kalkınmasını sağlayan satış mağazaları gibi birbiri ile alakası olmayan ancak turizm faaliyetleri tarafından ilişkilendirilen işletmeleri bir arada tutan ve aynı amaç uğruna fayda sağlayan bir sektör olarak da değerlendirilmektedir.<sup>38</sup>

Turizm hizmeti sunan işletmeler tanımlanacak olursa; ülkelerin beşeri kaynaklarının derinlemesine incelenerek bu varlıkların ortaya koyulması zorunluluğunu ortaya çıkartmaktadır.<sup>39</sup>

Türkiye'nin, turizm faaliyetleri kapsamında rekabet ettiği diğer ülkelere göre farklı avantajlarını bulunmaktadır. Bunların başında ülkenin konumu gelmektedir. Aynı zamanda ülke içerisinde yer alan denizlerin çeşitliliği ve temiz plajlara sahip olması diğer ülkelere

<sup>38</sup> Orhan Batman, **Otel İşletmelerinde Yönetim**, Değişim Yayınları, İstanbul, 2003.

<sup>39</sup> Albayrak, a.g.e., s. 44.

nazaran daha tercih edilen bir yapıya sahip olmasına neden olmaktadır. Turizm sektörünün Türkiye’de gelişme göstermesi hem iş alanında istihdamın sağlanmasına hem de ülke ekonomisine ciddi getirisi olmaktadır. Bu sayede ülke ekonomik anlamda rahatlama yaşarken bir yandan da işsizliğe bir nebze olsun çare olmaya çalışmaktadır.<sup>40</sup>

## 2.2. Turizmde Bulunması Gereken Özellikler

Turizmin sosyalleşmede, kültürel aktarımlarda ve ekonomik alanlar gibi çeşitli alanlarda farklı farklı özellikleri bulunmaktadır. Olalı (1988) turizmin özelliklerini şu şekilde ifade etmektedir.<sup>41</sup>

- Turizm bir süreç içerisinde bulunan ve hem seyahat hem de konaklama faaliyetlerini içerisinde barındırmaktadır.
- Bireylerin yaşadıkları alan dışarısında geçici olarak konaklama ve seyahatlerden oluşması gerekmektedir.
- Bireyler para kazanma amacıyla bulunmadan yapmış oldukları faaliyetleri içermektedir.
- Bireylerin turizm amaçlı bir yerden başka bir yere gitme amaçları olması gerekmektedir. Bu amaçlar, spor yapmak, dinlenmek, sağlık alanlarında, farklı kültürleri tanıma, inançları öğrenme gibi çalışma dışı çeşitli faaliyetlerdir.
- Bireysel olarak ya da topluluk halinde yapılabilen seyahatleri içermektedir.
- Turizm faaliyetleri bireylerin sosyalleşmesine yardımcı olmaktadır.
- Turizm bireyler dışında işletmelerinde fayda sağladığı bir sektörün oluşumuna yardımcı olmaktadır.

## 2.3. Türkiye’de Turizmin Tarihsel Gelişimi

Türkiye’nin turizm geçmişi ele alındığında Osmanlı döneminden itibaren ele almak daha doğru olacaktır. Yaklaşık olarak 100 yıllık bir turizm geçmişi olduğu söylenebilir. 1800’lü yılların başlarında turizm alanında bu zamanda uygulanan yöntemlerden farklı olarak turizm faaliyetlerini gerçekleştirecek bir resmi kurum bulunmamaktaydı, bu dönemde gerçekleşen faaliyetler ilk turizm faaliyetleri olarak kabul edilmektedir. Turizmin tarihçesine bakıldığı zaman, 1846 yıllarında Aya İrini kilisesinin askeri olarak müzeye dönüştürülmesi daha sonrasında da

<sup>40</sup> Hasan Kızıldağ, Turizm İşletmelerinde İş Sağlığı ve Güvenliği, Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dönem Projesi, Ankara, 2017.

<sup>41</sup> Kurt, a.g.e., 26.

Osmanlı devletinin açmış olduğu Sergi-i Umum-i Osmani adlı ilk ulusal fuarın açılması turizm alanında ciddi anlamda adım atılan faaliyetler arasında ilk sıralarda yer almaktadır.<sup>42</sup>

Türkiye’de ise ilk turizm faaliyetleri 1923 yılında “Türk Seyyahın Cemiyeti” adı ile kurulmuş olan daha sonra adını 1930 yılında Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu olan dernektir. Devlet tarafından kuruluna bu derneğin amacı, ülkeye gelen turistler için rehber hazırlamak amacıyla yayınlar yapmaya başlamışlardır.<sup>43</sup>

Turizm sektörü Türkiye’de gelişmeye başlaması için atılan adımlar cumhuriyetin ilk yıllarında ekonomik kalkınma adı altında başlatılan kalkınma planları doğrultusunda atılmıştır. Özellikle 1963 yılındaki kalkınma planı ile birlikte bu sektörde ciddi anlamda planlama süreçleri hayatımıza girmiştir. Bu dönemde atılan adımlar ve alınan kararlar şu şekildedir:<sup>44</sup>

- Ülkeye yurt dışından gelecek olan turistlerin sayılarını artırmak için gereken önlemleri almak,
- Tatil amaçlı ülkeye giriş yapan turistlerin kalma sürelerini uzatmak için gerekli planlamayı yapmak,
- Turizm faaliyetler ile alakalı olan yatırımları özendirecek gerekli yasal düzenlemeleri yapmak,
- Turizm eğitimine önem vermek,
- Sektördeki teşkilatlanmayı yeniden yapılandırmak,
- Gelişime açık olan turizm bölgelerini genişletmek ve yatırım için odak noktası oluşturmak,
- Grup turizmini geliştirmek ve bu talepleri karşılayacak yatırım alanlarını artırmak,
- Konaklama alanlarını genişletmek.

### 2.3. Turizm İşletmeleri

Turizm uygulamaları denilince akla genellikle konaklama faaliyetleri gelmektedir. Fakat turizm kapsamında sunulan hizmetler o kadar geniştir ki içerisinde birçok alanı barındıran geniş hizmet yelpazesi bulunmaktadır. Konaklama hizmet alınan aşamaya gelene kadar geçen süreç çokta kolay olmayan ve zorluk derecesi bulunan hizmet alanları içerisinde değerlendirilmesi gerekmektedir. Bundan dolayı turizm işletmeleri tarafından sunulan hizmetler kendi içerisinde farklılıkların ortaya çıkmasına neden olmuştur.

<sup>42</sup> Nagehan Oktayer, “Türkiye’de Sağlık Turizmi Ekonomisi”, *İstanbul Ticaret Odası Dergisi*, 2007.

<sup>43</sup> Ayşe Durgun, Bölgesel Kalkınmada Turizmin Rolü, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi).

<sup>44</sup> Hayat Doğanay ve Serhat Zaman, *Türkiye Turizm Coğrafyası*, Pegem Yayınları, Erzurum, 2013.

Bu kapsamda sunulan hizmetler kendi içerisinde, yeme-içme hizmetleri, ulaşım hizmetleri, seyahat öncesi hizmetler gibi farklı hizmetlerin çeşitlendiği görülmektedir.<sup>45</sup>

### **2.3.1. Ulaştırma Hizmetleri**

Turizm uygulamalarında dinamik ve hareketli bir yapıya sahip olan ulaştırma hizmetleri turizm kapsamında seyahat eden müşterilerin tercih nedenleri arasında üst sıralarda yer almaktadır. Konaklanacak işletmelerin kolay ulaşım alanlarına sahip olması diğer işletmeler arasında ön plana çıkmasına yardımcı olacaktır. Bundan dolayı da turizm faaliyetlerinin gelişmesinde karayolları, deniz yolu, demir yolu ve hava yolu farklı ulaşım imkânları sunulmaktadır.<sup>46</sup>

### **2.3.2. Yiyecek İçecek Hizmetleri**

Yeme içme hizmet olarak ifade edilen bu hizmet alanında özellikle konaklama faaliyeti içerisinde yer alan ve sektör açısından tercih edilme unsurları arasında değerlendirilen bu sektör birçok işletme açısından hayati öneme sahip hizmetler arasında değerlendirilmektedir. 3 yıldızlı otellerden itibaren işletme içerisinde yeme içme hizmetinin sunulması yasal bir zorunluluk olarak belirtilmiştir. Konaklama alanları dışında kalan ve turizm kapsamında bölgelere ziyaretlerde bulunan turistlerin uğrak noktalarından biriside fastfood hizmet sunan işletmelerdir. Özellikle son dönemlerde bu tarz işletmeler yaygınlaşarak alışkanlık haline getirilmiştir.<sup>47</sup>

### **2.3.3. Seyahat İşletmeleri**

Tatil planları yapan ya da turizm faaliyetlerinden yararlanmak isteyen bireyler özellikle güven duygusu oluşmuş seyahat acentalarından yardım almaktadır. Seyahat işletmelerin en büyük görevi hizmet almak isteyen bireyleri ve hizmet sunan işletmeleri ortak bir amaç doğrultusunda bir araya getirmektir. Türkiye’de özellikle son dönemlerde günü birlik turlar dâhil olmak üzere turizm faaliyetleri alanında genişlemiş birçok alanda hizmet sunan tur şirketlerine ve seyahat acentalarına sahiptir.<sup>48</sup>

### **2.3.4. Rekreasyon İşletmeleri**

Turizm faaliyetlerinin görünmeyen ve aslında en çok müşteri çeken faaliyetleri arasında yer almaktadır. Bu işletmelerin amacı tatil amacı ile gelen turistlerin oluşan boş zamanlarını

<sup>45</sup> Şafak Ünüvar, **Konaklama İşletmeleri Ağırlıklı Turizm Reklam Kampanyaları**, Çizgi Kitapevi, Konya, 2008.

<sup>46</sup> Ünüvar, a.g.e., s.6.

<sup>47</sup> Gökalp Selçuk, **Turizm Ekonomisi**, Lisans Yayıncılık, İstanbul, 2011.

<sup>48</sup> Erkan Sağlık, **Turizm İşletmelerinin Bölge Ekonomisindeki Yeri**, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum, 2011, (**Yayımlanmamış Doktora Tezi**).



değerlendirerek hem hoşça vakit geçirmelerini sağlamak hem de dinlenme ihtiyaçlarının karşılanması için farklı aktiviteler sunan hizmetleri kapsamaktadır. Bu işletmelerin turizm uygulamalarını birçok katkısı bulunmaktadır. Bunlar; doğal, kültürel, eğlence, dinlenme ve sportif alanlarda gerçekleşmektedir.<sup>49</sup>

### 2.3.5. Konaklama İşletmeleri

Turizm işletmeleri arasında en çok tercih edilen ve turizm faaliyetlerinin olmazsa olmaz işletmeleri arasında konaklama işletmeleri gelmektedir. Çünkü bireyler hiç bilmedikleri yerlerde barınma sorunu ile karşılaşmak istemezler. Bundan dolayı da çoğu hizmet alımı daha gidilecek yere varmadan gerçekleşir ve doğrudan satın alınarak ihtiyaçlar karşılanmaktadır.

Türkiye’de bu alanda faaliyet gösteren çok sayıda konaklama işletmesi bulunmakta ve kendi içlerinde farklı sınıflandırmalara da tabi tutulmaktadır. Konaklama işletmeleri hizmet alan müşteriler açısından geceleme, yeme içme, dinlenme ve eğlenme gibi farklı ihtiyaçlarının karşılanması amacıyla hizmet vermektedir.<sup>50</sup>

## 2.4. Turizm Türleri

Turizm sektörü sadece ekonomi ile ilişki içerisinde değildir. Ekonominin yanı sıra coğrafya, fizik, psikoloji, sosyoloji, politika vb. birçok bilim dalı ve değişik sektörlerle ilişki içindedir. Bireyler çeşitli zamanlarda farklı yerlerde bulunabilirler, buralarda bulunmasının birden fazla nedeni olabilir. Kısacası insanlar tatillerinde farklı amaçlar doğrultusunda farklı faaliyetlerde bulunabilirler. Bu amaçlar doğrultusunda farklı turizm çeşitliliklerinin ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Özellikle insanların en çok başvurdukları turizm faaliyetleri arasında kış turizmi, sağlık turizmi, deniz turizmi, doğa ve kültür turizmi, termal turizm gibi çeşitler bulunmaktadır.<sup>51</sup>

### 2.4.1. Kış Turizmi

Bu turizm faaliyetleri genel olarak yapılan turizm faaliyetleri içerisinde yer almayan çok fazla kişiyi bir araya getirmeyen maddi olarak biraz daha pahalı olan turizm çeşitleri içerisinde yer almaktadır. Bireyler genellikle yoğun iş temposundan ve bir dönemin yorgunluğunu atmak için sahil kenarlarına giderek dinlenmektedir. Fakat belirli bir kesimde kışın kar yağışının yoğun olduğu ve tesislerin yoğun olduğu dağlık bölgelere giderek kış turizmi için faaliyetlerde

<sup>49</sup> Mustafa Kemal Erkök, Turizm Sektöründe Elektronik Ticaretin Boyutları, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya, 2006, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi).

<sup>50</sup> Nazım Kozak, Metin Kozak ve Meryem Kozak, Genel Turizm İlkeleri ve Kavramları, Detay Yayıncılık, Ankara, 2001, s. 64.

<sup>51</sup> Önder Barlı, Davranış Bilimlerinde Örgütsel Davranış, Aktif Yayınevi, İstanbul, 2008.

bulunabilirler. Özellikle kuzey Avrupa ülkeleri bu alanda daha çok faaliyet göstererek dünyaya örnek teşkil etmişlerdir.<sup>52</sup>

#### **2.4.2. Yat Turizmi**

Özellikle son dönemlerde büyük gelişmeler gösteren yat turizmi ile gelişen bir sektörde ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu turizm çeşidinin özellikle yatlarla yapılmasından dolayı lüks bir turizm faaliyet olarak da değerlendirilmesi yanlış sayılmaz. Özellikle Türkiye’de Akdeniz ve ege bölgelerinde yaygın olarak yapılan yat turizmi ile gelen kişiler için özel koylar, yatlarını demirleyecekleri belirli alanların yapılması da bu faaliyetlerin zaman içerisinde hızlı bir şekilde gelişmesine de neden olmaktadır. Yat turizmine en iyi örnekler İtalya’dan gelmektedir.<sup>53</sup>

#### **2.4.3. Gençlik Turizmi**

Gençlik turizmi çok yaygın olarak faaliyet gösteren ve gençlerin seyahat etmeleri ile beraber içerisinde buldukları kültürden çıkarak farklı yerleri ve alanları tanıma çabalarını geliştirmek, kişilik özelliklerinin gelişmesi için yardımcı olmak ve sosyalleşmeleri için başvurdukları önemli turizm alanlarından birisidir. Bu turizm faaliyetinde seyahat etmek ve keşfetmek ön planda tutulmuştur. Bunun sonucunda da gençlerde yeni öğrenmeler meydana gelecek ve hem fikir hem de zihin olarak gelişme göstereceklerdir. Yeni öğrenmelerin gerçekleşmesi de gençlik turizminin önemini giderek artırmaktadır. Özellikle Türkiye’de bakanlıkların faaliyetleri ile beraber yaz aylarında yapılan gençlik kampları bu turizme örnek olarak gösterilebilir.<sup>54</sup>

#### **2.4.4. İnanç Turizmi**

Geçmişten günümüze kadar gelen ve insanların varoluş amaçları doğrultusunda gerçekleştirilen faaliyetlerdir. Kendi istek ve arzuları ile sahip oldukları değerler doğrultusunda inandıkları dine ait olan ve kutsallığı kabul edilmiş bölgelere giderek o yerlere yapmış oldukları turizm faaliyetleri olarak ifade edilmektedir. Türkiye’den ve dünyadan birçok Müslümanın

---

<sup>52</sup> Erol Bulut, **Turizmin Türkiye Ekonomisindeki Yeri ve Ekonomik Etkileri**, 2007.

<sup>53</sup> Kültür ve Turizm Bakanlığı, <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,11525/yat-turizmi.html>, (Erişim tarihi: 11.04.2018.)

<sup>54</sup> Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği, [www.tursab.org.tr](http://www.tursab.org.tr) [https://www.tursab.org.tr/tr/tursab/komiteler/genclik-turizmi-komitesi/komite-faaliyetleri/genclik-turizmi-nedir\\_15389.html](https://www.tursab.org.tr/tr/tursab/komiteler/genclik-turizmi-komitesi/komite-faaliyetleri/genclik-turizmi-nedir_15389.html), (Erişim Tarihi: 11.04.2018)

kurban bayramı döneminde hac görevini yerine getirmek için gittikleri Arabistan'da belirli bir dönem kalarak geri gelmeleri inanç turizmine verilebilecek en iyi örneklerden birisidir.<sup>55</sup>

#### **2.4.5. İpek Yolu Turizmi**

Özellikle Türkiye'nin sınırları içerisinde barındıran ve tarihi bir geçmişe sahip olan ipek yolu turizm faaliyetleri açısından da büyük bir öneme sahiptir. Bu turizm faaliyetleri kapsamında ipek yolu üzerinde bulunan hanlar, kervansaraylar ve çeşitli yapıların ziyaretleri için yapılan kapsamlı bir turizm türüdür. Özellikle Türkiye'de Turizm Bakanlığının çalışmaları ile ipek yolu üzerinde bulunan ve çevresel etkilerden etkilenerek unutulmaya yüz tutulmuş ve yıpranmış yapıların restore edilmesi ile beraber kültürel miraslarımızın bu amaç için gezmeye gelecek turistlere kültürel miraslarımızı en iyi şekilde aktarılması için ciddi çabalar harcamaktadır.

#### **2.4.6. Botanik Turizmi**

Bu turizm faaliyeti genellikle dinlendirici ve keyifli yürüyüşler kapsamında yapına günübirlik gezi faaliyetleri olarak ifade edilebilir. Doğayı tanımak, görmüş olduğu bitkileri inceleyerek onlar hakkında bilgi sahibi olmaları ve yeşillikler arasında vakit geçirerek günün yorgunluğunu ve stresini atmaları noktasında gerçekleştirilen turizm faaliyetlerinden birisi olarak söylenebilir.<sup>56</sup>

#### **2.4.7. Spor Turizmi**

Günümüzde gelişme gösteren 2 farklı kavramın yani spor ile turizm faaliyetlerinin bir arada yürütülmesi olarak ifade edilebilir. Spor turizminde spora ilgi duyan kişilerin, belirli grupların ve bu gruplara idarecilik yapan kişilerin ve sporsever herkesin turizme katılmalarıyla gerçekleşmektedir. Özellikle Türkiye'den verilecek en güzel örnek kış aylarında özellikle Marmara bölgesinde bulunan futbol takımları aralarda kendilerini geliştirmek ve antrenmanlar yapmak için daha sıcak olan Akdeniz bölgesine kamp yapmaya gitmektedir. Böylelikle bölgede bu takımlar için kurulan özel tesisler ve işletmeler zamanla gelişme göstererek dünya genelinde tanınmaya başlamıştır.<sup>57</sup>

<sup>55</sup> Sinem Buldukoğlu, Sağlık Turizminin Türkiye'deki Yeri ve Önemi, Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2014, (**Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**).

<sup>56</sup> Kültür ve Turizm Bakanlığı, <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/canakkale/turizmaktiviteleri/botanik-turizmi>, (Erişim Tarihi: 11.04.2018)

<sup>57</sup> Aytekin Alpulu, Uluslararası Basketbol Organizasyonlarının Spor Turizmine Etkisi, Marmara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 2011, (**Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**).

#### 2.4.8. Sağlık Turizmi

Sağlık turizmi özellikle son dönemlerde ciddi gelişmeler göstererek her alanda müşterileri kendisine çekmektedir. En genel tanımla ifade edilecek olursa sağlık turizmi tedavi amacı ile bir yerden başka bir yere seyahat etmek olarak ifade edilebilir. Bu kapsam doğrultusunda bireylerin farklı istekleri dâhilinde bu turizm faaliyeti gerçekleşmektedir. Her bireyin farklı bir gereksinim ile gelmesinden dolayı sağlık kurumlarının da ulusal anlamda gelişme göstermesine neden olmaktadır.

#### 2.5. Turizmin Türkiye Ekonomisindeki Yeri

Türkiye ekonomisinde vaz geçilmez bir yere sahip olan turizm sektörü, zamanımızda Türkiye'nin ekonomik açıklarını kapatmak ve işsizliğin engellenmesi için en önemli konulardan biridir. Hem dünyada hem de Türkiye'de turizm faaliyetlerine katılan kişi sayısında artış olması, turizme verilen önemin artmasına neden olmaktadır. Bu sektörün gelişmesi içinde birçok faaliyet alanına ihtiyaç duyulmaktadır. Bu faaliyet alanları:<sup>58</sup>

1. Kaliteli hizmet
2. Kalifiye eleman
3. Alt ve üst yapı hizmetleri
4. Koordinasyon
5. Geleceğe yönelik planlamalar

Türkiye ekonomisinde sorun teşkil eden döviz açığının tarıma dayalı ekonomi ve sanayi ürünleri ile ihracattan karşılanması kısa ve orta vadede zor görülmektedir. Bu yüzden dış turizmin aktif bir şekilde döviz girdisi sağlayacağı öngörülmektedir. Çünkü turizm sektöründe ülkenin mallarını ve hizmetlerini müşterilerin buldukları ülkelere gönderme gibi bir durumu söz konusu değildir. Bundan dolayı da Türkiye'de turizmin önemi gün geçtikçe artmaktadır.<sup>59</sup>

Turizm tatil beldeleri geniş olan ülkeler için çok ciddi gelir kaynağı oluşturmaktadır. Turizmin ekonomik açıdan fayda sağlayabilmesi için turizm politikalarında elde edilen başarılarla ve uygulanmakta olan projelere bağlıdır. Bu durum göz önüne alındığında turizmin ekonomik faaliyetleri şu şekilde özetlenir:<sup>60</sup>

- Gelişmekte olan ülkeler için turizm sektörünün avantajlı yanı kısa sürede ekonomik fayda sağlamasıdır. Çünkü turizm amaçlı getiri sağlayan müşteriler

<sup>58</sup> Mehmet Özdemir, **Turizm Türkiye'nin Sosyo-Ekonomik Yapısına Etkileri**, Ankara, 1992.

<sup>59</sup> Cengiz Aktaş, "Türkiye'nin Turizm Gelirini Etkileyen Değişkenler", *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, Sayı: 6(2), 2005, ss.166.

<sup>60</sup> Özdemir, a.g.e., s.40.

diğer sektörlerdeki müşteriler gibi hazırlık dönemini daha çabuk geçirmektedirler. Turizm alanlarında yapılacak olan reklam ve tanıtım kampanyasından çok kısa sürelerde döviz geliri elde edilebilir ve iş olanağı yaratan bir durum haline gelir.

- Turizm sektöründe diğer endüstri sektörlerine nazaran verimlilik daha fazladır.
- Turizm için çarpan etkisi önemlidir. Bir bölgede turizm için yapılan yatırımlar o bölgede bulunan halk için ciddi fayda kaynağı olarak görülmektedir.
- Gelişmekte olan ülkeler için en önemli sorun kırsal alanlardan kentlere göç ve işsizliktir. Turizm bu açığı kapatmak için elinden gelen yardımı yapmaktadır.
- Turizm alanında yaşanan gelişmeler sayesinde alt yapılarda bulunan olumsuzluklar girilmeye çalışılır.
- Ülke ekonomisinde döviz alanında ciddi getirileri vardır.
- Turizm gelir ve refahın sağlanmasında yardımcı etkindir. Bunun nedeni ise turizm doğrudan bir gelir kaynağıdır.
- Turizm sayesinde doğal kaynaklar korunur ve geliştirilir. Ayrıca bölge halkının bilinçlenmesine yardımcı olur.

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### SAĞLIK TURİZMİ

#### 3.1. Sağlık Turizmine Genel Bakış

Bireylerin daha verimli olarak çalışabilmeleri gündelik hayatlarını rahat bir şekilde geçirebilmeleri için her zaman sağlıklı olmaları gerekmektedir. Bundan dolayı da insanların ilk dönemlerden itibaren çeşitli sorunlara karşı sağlıklarına kavuşma adı altında her zaman bir arayış içerisinde bulunarak sorunların çözümüne ilişkin gereken önlemleri almaya çalışmışlardır.<sup>61</sup>

Sağlık turizminde asıl hedef kurumları tercih edecek olan hasta ve hasta yakınlarının (müşterilerin) hem fiziksel hem de bedenen rahatlıklarının sağlanması için çeşitli tıbbi desteklerin verilmesi olarak ifade edilebilir. Bireylerin zamanla farklı ülkelere ve bölgelere tedavi olmak amacı ile gitmelerindeki en temel neden içinde buldukları yerlerde sağlık hizmetlerinin ciddi maliyet gerektirmesi olabilmektedir.<sup>62</sup>

Özellikle son dönemlerde gelişmiş ülkelerde ve eğitim seviyesi üst düzey olan bölgelerde sağlık için harcanması gereken parasal değer diğer bölgelere göre yükseklik göstermektedir. Bundan dolayı da bireyler daha uygun yerlere giderek tedavi olmak arzusunda bulunabilir.

Gelişmiş ülkelerde faaliyet gösteren sağlık kurumlarının maliyetlerini her geçen gün artırması devlet politikası içerisinde yer alan sosyal güvenlik kurumlarının da harcamalarını ciddi derecede etkilemektedir. Bu sorunu aşmak için devletler ve özel sağlık sigortaları çeşitli önlemler alarak, tedavi edilme olasılığı yüksek olan ülkelere ve kurumlara tedavi harcamalarını karşılama adı altında anlaşmalar sunarak sağlık turizmi gibi bir sektörün ortaya çıkmasına ön ayak oluşturmışlardır.<sup>63</sup>

Kavram olarak birbirleri ile çok fazla karıştırılan turistlerin sağlığı ile sağlık turizmi aslında birbirinden farklı olarak ifade edilmeye gerekmektedir. Fakat günümüzde bu kavramlar sıklıkla karıştırılmaktadır. Öncelikle turist sağlığı kavramı tanımlanacak olursa; buldukları yerlerden başka yerlere turizm amacı ile gelen ve bu faaliyetler sırasında geçirdikleri herhangi bir rahatsızlık sonucunda başvurdukları tedavi olanakları olarak ifade edilebilir.<sup>64</sup>

<sup>61</sup> Gülmez, a.g.e., s. 24.

<sup>62</sup> Pınar Yalçın, Türkiye'de Sağlık Turizminde Alt Yapı Oluşturulma Gereği ve Sağlık Kurumlarına Yönelik Bir Araştırma, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2006, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi)

<sup>63</sup> Metin Bekir, Dünya'da ve Türkiye'de Sağlık Turizmi, Durum Tespit Raporu, 2010.

<sup>64</sup> Orhan İçöz, "Sağlık Turizmi Kapsamında Medikal Turizm ve Olanakları", *Journal Of Yasar University*, Sayı: 5(14), 2009.

Sağlık turizmiyse turizm faaliyetleri kapsamında olmadan doğrudan gerekli görülen bir ihtiyacın karşılanmasına yönelik olarak verilen hizmetleri kapsamaktadır. Kısacası tedavi amacı ile bir yerden başka bir yere giden hasta ve hasta yakınlarını (müşterileri) ifade etmektedir.<sup>65</sup>

Sağlık turizmi kapsamında verilecek olan hizmetlerin önceden planlanması ve gerekli görülen alt yapının oluşturulması gerekmektedir. Bu kapsamda tesisleşme ve alt yapının gelişmiş olması büyük önem taşımaktadır. Kurumlar kendilerini müşterilerine daha iyi anlatmak için reklamlar, afişler ve farklı promosyonlar vermesi gerekmektedir. Sağlık turizmi de günümüz koşullarında olmazsa olmazları olan rekabet unsurundan etkilenmiş bulunmaktadır. Birçok bölgede bu amaç için yapılmış ve gerekli tesislerin kurulmuş olduğu da bilinmektedir.<sup>66</sup>

Boz (2004)'un yapmış olduğu sağlık turizmi tanımında ise bireylerin sağlıklarını korumak ya da tedavi etmek amacı ile belirli bir süre zarfında bireylerin yer değiştirme sureti ile gerçekleştirmiş oldukları turizm faaliyeti olarak ifade etmektedir. Sağlık hizmetleri kapsamında verilen hizmetler, genellikle tıbbi ve tedavi amaçlı olmasının yanı sıra bazı hizmetleri de vermesi gerekmektedir. Bu hizmetler, konaklama hizmeti, beslenme (yemek içecek) hizmeti ve ihtiyaç duyulan bilgilendirme hizmetleri sağlık hizmetleri kapsamında verilen bazı hizmetlerdir.<sup>67</sup>

Farklı alanlarda yaşanan gelişmeler insan hayatının da değişmesine aynı oranda da yaşam kalitesinin artmasına yol açmaktadır. Özellikle sağlık alanında, iletişim sektöründe ve ulaşım olanaklarında yaşanan büyük gelişmeler bu kapsam içerisinde değerlendirilebilir. Özellikle sağlık hizmetlerinde yaşanan yüksek maliyet sorunu, ülkelerin sosyal güvenlik harcamalarındaki kısıtlılık ve sağlık turizminden beklenen ihtiyaçların çeşitlenmesi doğrudan sağlık turizminin de gelişmesini etkileyecektir.<sup>68</sup>

Bu sektörde hedef kitleyi sağlık sorunları olan ya da sağlıklarını koruma amacı güden kişiler oluşturmaktadır. Bireylerin buldukları yerlerden başka yerlere konaklama faaliyet ile beraber tedavi amacıyla gitmeleri sağlık turizmi kavramının ortaya çıkmasına neden olmuştur.<sup>69</sup>

---

<sup>65</sup> Gülmez, a.g.e., s. 27.

<sup>66</sup> GonzalesAa., ve Brenzel L., "Health Tourism and Related Services, Caribbean Development and International Trade", *Final Report*, 2001.

<sup>67</sup> Mustafa Boz, Turizmin Gelişmesinde Alternatif Turizm Pazarlamasının Önemi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2004, (**Yayımlanmamış Doktora Tezi**).

<sup>68</sup> Dilaver Tengilimoğlu, **Sağlık Turizmi**, Siyasal Kitapevi, Ankara, 2013.

<sup>69</sup> Boz, a.g.e., s. 35.

Sağlık turizmini kendi içerisinde 3 ana grup halinde inceleyebiliriz. Bu gruplandırmalar şu şekilde ifade edilmektedir.<sup>70</sup>

1. Klimatizm: Açık ve temiz havanın şifa verici etkisinden yararlanmak için, da istasyonlarında ve deniz kenarlarında uygulanan bir tedavi yöntemidir.
2. Termalizm: Kaplıca, ılıca, içmeler gibi şifalı doğal su kaynaklarının sağlık kurallarına uygun bir biçimde tedavi aracı olarak kullanılmasıdır. Termal turizmin kapsamına giren diğer uygulamaları ise şu şekilde açıklamak mümkündür.
3. Üvalizm: Bazı yörelerin belli başlı ürünü olan meyve ve sebzelerle yapılan kür (tedavi) yöntemi ya da bu ürünlerin kullanımının, bundan hoşlananlara sunulmasıdır.

Sağlık turizmi tedavi amacı ile termal kaplıcalara giden ya da fizik tedavi merkezlerine giderek seyahat etmekte olan kişilerde fiziksel anlamda iyileştirme amacı olarak ifade edilse de ayrıca bazı hastaların (müşterilerin) estetik ameliyatlara, organ nakilleri, diş tedavileri gibi farklı ihtiyaçların da karşılanması sağlık turizmi içerisinde yer almaktadır.<sup>71</sup>

Sağlık turizmi zaman içerisinde gelişme göstererek günümüzde birçok alanda faaliyet gösteren kurumların açılmasına temel oluşturmuştur. Her yıl binlerce kişi sağlık turizminden faydalanmak için çeşitli ülkelere gitmektedir.

Aşağıda sağlık turizminin dünden bugüne değişimi ve gelişimi anlatılmıştır.<sup>72</sup>

- **M.Ö. 4200:** Bu dönemlere ait olduğu tahmin edilen banyo ve termal suların yer aldığı tapınaklar bulunmuştur. Sümerliler dönemine ait olduğu bilinen bu tapınakların sahipli yapıda inşa edildiği ve bundan dolayı da suyun kaynak su olarak kullanılması da bu dönemde yaşayan bireylerin termal sulardan faydalandığı düşünülmektedir.
- **M.Ö. 2000:** Bu dönemde yaşayan insanların mineralli suları tüketmeleri için farklı yapılara sahip bronzdan yapılmış kaplar kullanmışlardır. Mineralli su içmenin tedavi edici bir özelliği olduğunu düşünerek böyle bir yöntem geliştirmişlerdir.
- **M.Ö. 1500:** Antik dönemde yunan tanrısı olarak kabul edilen bazı kişilerin tapınakları inşa edilmiştir. Bu inşalar arasında kişilerin hastalıklarına şifa veren

<sup>70</sup> Kurban Ünlüöner, **Turizm Ekonomisi**, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 2007.

<sup>71</sup> Sağlık Bakanlığı, **Sağlık Turizminde Süreçler ve Aracı Kuruluşlar Araştırma Raporu**. Ankara: Sağlık Bakanlığı Yayını, 2012.

<sup>72</sup> Özgül, a.g.e., s. 10.



bazı tanrılarında inşası gerçekleştirilmiştir. Asıl amaç hastaların bu tanrılardan medet umarak ziyaretler gerçekleştirmeleri. Asclepla tapınağı bu inşalara örnek olarak gösterilmiştir.

- **M.Ö. 300:** özellikle yunanlarda medikal hizmetlerin geliştiğı bir dönem başlamıştır. Hastaların gittikleri tapınaklar, banyo içerisinde oluşturulmuş egzersiz alanları, buhar banyoları ve iyileştirici özelliğı bulunan farklı türdeki bitkilerin kullanıldığı alanlar geliştirilmiştir.
- **12.-13. yy.:** Özellikle Japonlar tarafından geliştirilen ve savaşıları için minerali suların faydalı olduğı anlayışı ortaya çıkmıştır. Buna benzer bir başka özellikle mısırda gelen turistler tarafından dikkat çekici şekilde kullanılmıştır.
- **14.-15. yy.:** günümüzde Spa olarak bilinen Salude Per Aqua Fransa'da demir madeni açısından zengin bir kaynak olduğı için kullanılmaya başlanmıştır. Daha sonrasında dünya çapında bir merak konusu olmuş ve herkes tarafından ilgi duyulan bir tedavi yöntemi ve rahatlama aracı olarak kullanılmıştır.
- **18.-19. yy.:** Dönemin en yaygın rahatsızlıkları karaciğer ile alakalı olarak ortaya çıkmıştır. Bu dönemde en çok sanatoryum hastanelerinin kurulmuş ve genellikle hastalar bu kurumlara başvurmuştur.
- **20. yy.:** Bu dönemde ülkelerin bazıları farklı branşlarda ilerleme kaydetmiştir. Özellikle Küba'da göz alanında, Amerika'da diş tedavileri ve Tayland'da plastik cerrahisi gelişmiştir. Aynı zamanda alternatif tıp alanında birçok yenilikler ve arayışlar içerisine girilmiştir.
- **21. yy.:** Günümüz faaliyetlerini içermektedir. Artık teknolojik faaliyetlerin değer kazanması ile zaman ve mekân sorunu çözülerek çoğı ülkeler arasında hasta alışverişi yaşanmaya başlanmıştır. Bundan dolayı da sağlık kurumları arasında rekabetler yaşanmıştır.

Sağlık turizminin çok farklı tanımları yapılmış olsada, sağlık turizmini genel olarak hastaların ikamet ettikleri yerlerden başka yerlere sağlık sorunlarını çözüme kavuşturmak için yapmış oldukları seyahatler olarak özetlemek mümkündür. Aynı zamanda burada dikkat edilmesi gereken bir başka husus ta bu seyahatlerin ister yurt içi ister yurt dışı olmasıdır.

Yoğunlaşan rekabet koşulları da sağlık turizmini doğrudan etkilemiştir. Bundan dolayı sağlık turizminde kalite kavramının önemi giderek artmıştır. Hastalar tercihlerini bu faktörü de göz önünde bulundurarak yapmaktadır. Böylelikle sağlık kurumlarının müşterilerine vermiş oldukları hizmetlerde büyük öneme sahiptir. Sağlık turizmi kapsamında faaliyet gösteren kurumların zaman içerisinde pazar araştırması yapması ve hedef kitleleri iyi şekilde belirleyerek gereken iletişim tekniklerini de kullanarak reklamlarını yapması gerekmektedir.

Sağlık turizmi için hedeflenmiş olan pazar büyük öneme sahiptir. İşletmelerin girecekleri pazarı iyi araştırması gerekmektedir. Bunun en temel sebebi de her ülke vatandaşının istek ve ihtiyaçlarının birbirinden farklı olmasıdır. Bu hedefler doğrultusunda sağlık işletmeleri özellikle hedef kitlenin dilini, kültürünü, kurumun bulunduğu ülkeye olan uzaklığını, hastanın tedavi sonrası ne kadar bir maliyetle karşılaşacağını bilmesi gibi faktörleri göz önünde bulundurması gerekmektedir.<sup>73</sup>

Nüfusun giderek artması, bireylerin yaşam kalitesine eskiye nazaran daha çok önem vermeleri, bazı ülkelerde sağlık harcamalarının ciddi derece artması gibi birçok nedenden dolayı ülkeler sağlık turizmi için çeşitli pazar arayışı içerisine girmiştir. Daha uygun şartlarda hizmet sunan ülkeler ekonomik yönden giderek gelişme göstermektedir. Dünya da sağlık turizminin yaygınlaşmasında çeşitli nedenler bulunmaktadır. Bu nedenler şu şekilde özetlenebilir,<sup>74</sup>

- Yaşadıkları ülkelerde yoğun hasta kuyruklarından kurtulmak ve kısa sürelerde tedavi olmak,
- Son teknolojileri kullanarak daha az maliyetle tedavi olmak,
- Hastalıktan yorulmuş olan yaşlıların farklı ülkelere giderek tedavi olma arzularının geliştirilmesi,
- Hem tedavi olmak hem de farklı ortamları görme arzusunda bulunmak,
- Hastaların hayatta kalma istekleri gibi çeşitli nedenlerden dolayı sağlık turizmine başvurmuş olabilirler.

Özel bir turizm faaliyeti olarak değerlendirilen sağlık turizminde dünya genelinde ciddi bir ekonomik paya sahiptir. Sağlık turizmi aynı zamanda termal turizmi, Yaşlı ve engellilere yönelik turizm faaliyetleri, uzun yaşam alanları ve medikal turizm gibi farklı uygulamaları da içerisinde barındırmaktadır.<sup>75</sup>

Araştırmacılar sağlık turizmini farklı gruplar halinde incelemiş ve 3 gruba ayırmışlardır. Bu gruplar müşterilerin sağlıklarının geliştirilmesine yönelik verilen hizmetler, tedavi amacıyla verilen hizmetler ve hastaların rehabilite edici hizmetleri olarak belirtilmektedir.

Aşağıdaki tabloda sağlık turizmi kapsamında verilen hizmetlerin özellikleri hakkında kısa bir bilgi verilmiştir.

<sup>73</sup> Pınar Yalçın, Türkiye’de Sağlık Turizminde Alt Yapı Oluşturulma Gereği ve Sağlık Kurumlarına Yönelik Bir Araştırma, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2006, (**Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**).

<sup>74</sup> Metin Bekir, **Dünya’da ve Türkiye’de Sağlık Turizmi, Durum Tespit Raporu**, 2010.

<sup>75</sup> Nihal Yazan, “Sağlıkta Uluslararası Açılımlar: Medikal Turizmde Hedefler”, **Hastane Dergisi**, 2007.

**Tablo 3.1.** Sağlık Turizminde Verilen Hizmet Kategorik Özellikleri

	<b>Sağlığı Geliştirmeye Yönelik Hizmetler</b>	<b>Tedaviye Yönelik Hizmetler</b>	<b>Rehabilitasyon Hizmetleri</b>
<b>Hizmetten Faydalananlar</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Orta ve üst düzey gelir grubu</li><li>- Sağlıklı</li><li>- Düşük sağlık riski</li><li>- Bütün yaş gruplarında</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Orta ve üst düzey gelir grubu</li><li>- Seyahat edebilecek kadar sağlıklı</li><li>- Özel ameliyatlar veya çeşitli tıbbi ihtiyaçlar</li><li>- Değişken sağlık riski</li><li>- Orta ve üzeri yaş grubu</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Üst düzey gelir grubu</li><li>- Özel ihtiyaçlar</li><li>- Düşükden orta düzeye doğru sağlık riski</li><li>- Yaşlı</li><li>- Madde bağımlısı</li></ul>
<b>Sağlık Hizmetlerinin Kapasite Gereklere</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- İyi bir temel sağlık hizmeti</li><li>- Hastane hizmetleri için artan bir beklenti</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Uzman hekim</li><li>- Müdahalelerden destek tedavilere kadar çok çeşitli ihtiyaçlar</li><li>- Yüksek düzeyde teknoloji</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Uzman hekim</li><li>- Temel sağlık Hizmetleri</li><li>- Tıbbi tedaviden ziyade terapötik müdahaleler</li></ul>
<b>Süre</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Değişken (Hizmeti alana ve aldığı hizmete göre değişiyor)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Tahmin edilebilir</li><li>- Daha kısa</li><li>- Takip gerektirebilir</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Daha uzun</li><li>- Değişken (hizmeti alana ve aldığı hizmete göre değişiyor)</li></ul>

Dünya genelinde turizm faaliyetleri bireylerin istek ve ihtiyaçlarına göre şekillenerek gelişmektedir. Aynı zamanda da sağlık turizmi de bu özellik içerisinde değerlendirildiğinde sağlığına önem veren, kaliteli yaşamı hayat felsefesi edinmiş ve beden güzelliğini önemseyen kişilere yönelik olarak verilen hizmetler ile verilmeye başlamıştır. Sağlık hizmetleri üzerinde durulması gereken ciddi bir konu olduğu da görülmektedir.

Yapılan araştırmalar sonucunda sağlık turizminin Türkiye'deki olumlu yönleri belirlenmiştir. Bu olumlu durumlar aşağıdaki gibidir:<sup>76</sup>

- Sağlık hizmeti sunan hastanelerin alt yapılarındaki ve kullandıkları donanımlardaki kalitenin yüksek olması,
- Kurumlarda çalışan doktorların almış oldukları eğitimlerin seviyesinin Batı ülkeleriyle eş değer özelliklere sahip olması,
- Akredite edilmiş sağlık kurumları sayısının fazla olması ve bu alanda dünya da 2. sırada yer almış olması,
- Fiyat bakımından Avrupa ülkelerine nazaran daha uygun olması,
- Özellikle coğrafi konumundan dolayı birçok ülke açısından ulaşılabilir olması,
- Uygun iklim koşullarına sahip olması,

<sup>76</sup> BAKA: Sağlık Turizmi Sektör Raporu, 2011.

- Hizmet almaya gelen hastalar (müşteri) için gereken dil bilgisine sahip donanımlı personellerin yetiştirilmesi,
- Sağlık turizmi kapsamında yer alan termal ve kaplıcaların, şifalı bitkiler gibi birçok özelliği barındırıyor olması,
- Termal kaynaklar sıralamasında Avrupa'da ilk sırada dünya da ise yedinci sırada olmasının sağladığı avantajlar,
- 4 mevsimin yaşanmasından dolayı diğer turizm faaliyetleri ile birleştirilebilir özelliklere sahip olması gibi olumlu yönleri bulunmaktadır.

Türkiye'de durum bu şekildeyken dünya açısından sağlık turizminin olumlu yönler 4 başlık altında toplanmaktadır. Bunlar;<sup>77</sup>

- Hastaların istedikleri hizmeti kaliteli bir şekilde almak için belirledikleri yerlere gidebilmeleri,
- Sağlık hizmeti veren kurumların kendilerini geliştirmesi ve hekimlerin devamlı olarak kendini geliştirebilir olması,
- Hastalar açısından müşteri memnuniyetinin sağlanması için özel sağlık sigortaları ile çalışmalar yapılması,
- Sağlık turizmi ile ülke ekonomisinin ciddi derece geliştirilmesinin amaçlanması gibi olumlu faaliyetleri bulunmaktadır.

### 3.2. Sağlık Turizmi Çeşitleri

Sağlık turizminde çeşitler arasında ortak bir karara varılamamış ve herkes farklı bir türünü ifade etmeye çalışmıştır. Özellikle ilk zamanlarda sağlık turizmi doğrudan tıp turizmi olarak ifade edilirken bazı kesimler bu duruma karşı çıkmış ve tam karşılığının bu olmadığı kanısına varmışlardır. Sağlık turizminin çeşitlenmesinde en etkin rolü hastaların (müşterilerin) tutumları etkilemiştir.

Sağlık turizminin sektörüne geniş bir pencere bakıldığında seyahat eden kişilerin amaçları doğrultusunda sınıflandırmalar yapılmıştır. Bu sınıflandırma şu şekilde özetlenebilir;<sup>78</sup>

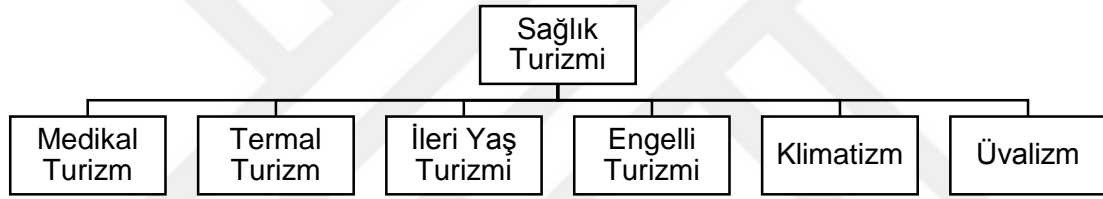
1. Amaçları sadece deniz, sahil, kumsal gibi doğa güzelliklerini görmek için gelenlerin geçirmiş olduğu turizm şeklidir.

<sup>77</sup> Sağlık Bakanlığı, **Sağlık Turizminde Süreçler ve Aracı Kuruluşlar Araştırma Raporu**. Ankara: Sağlık Bakanlığı Yayını, 2012.

<sup>78</sup> Sağlık Bakanlığı, **Sağlık Turizminde Süreçler ve Aracı Kuruluşlar Araştırma Raporu**. Ankara: Sağlık Bakanlığı Yayını, 2012.

2. Amaçları tatil olan fakat zamanla tatil sırasında başlarına gelen olaylardan ya da rahatsızlıklardan dolayı tıbbi müdahale gerektiren durumlarda sağlık kurumlarına başvuranlar.
3. Amaçları gezmek olan fakat ziyaretlerini gerçekleştirdikleri ülkenin genel özellikleri yanı sıra bazı rahatsızlıklarını da bölgenin önemli yerlerinde bulunan sağlık merkezlerine giderek tedavi olan kişilerden oluşmaktadır.
4. Amacı tedavi olan fakat tedavi olduktan sonra ülkenin tarihi ve turistik yerlerini gezen bireyleri oluşturmaktadır.
5. Tek bir amacı sağlığına kavuşmak olan ve bu amaç doğrultusunda sağlık kurumlarına başvuran ve tedavileri bittikten sonra tekrar yaşam alanlarına dönen bireyler oluşturmaktadır.

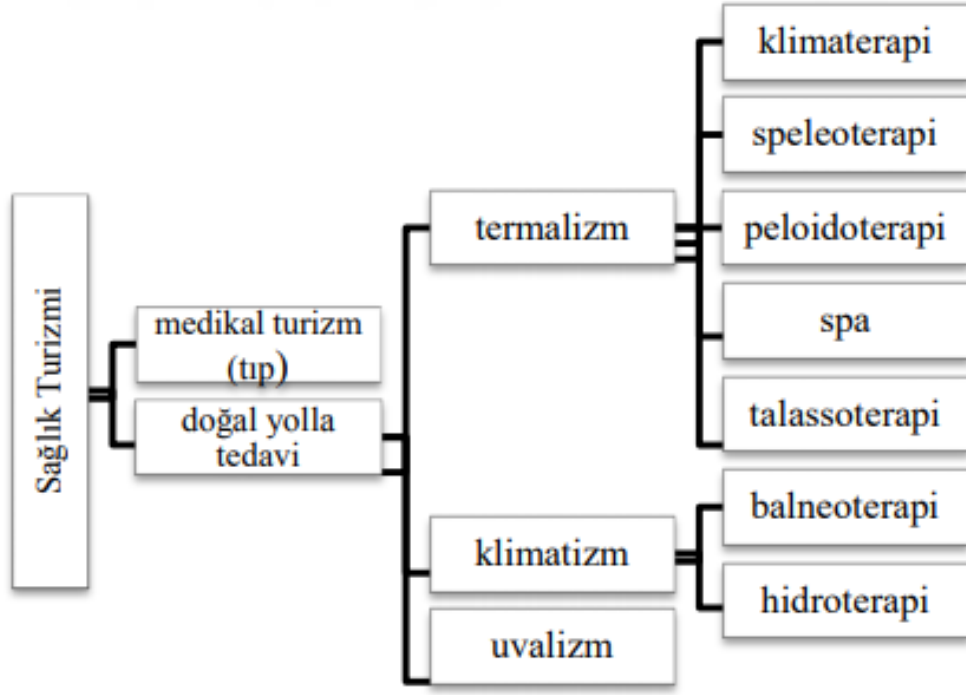
Sağlık turizminin çeşitliliği incelendiğinde çok sayıda farklılık ile karşılaşmak mümkündür. Bundan dolayı da sağlık turizmi aşağıdaki şekilde çeşitlendirilmiştir.<sup>79</sup>



**Şekil 3.1.** Sağlık Turizmi Çeşitleri

Aynı zamanda sağlık turizmini tıp alanı ve doğal yollarla yapılan tedavi alanları ile de birbirinden ayırmak yanlış olmayacaktır. Aşağıdaki şekilde sağlık turizminin farklı şekilde kategori halinde gösterimi yapılmıştır.

<sup>79</sup> Sağlık bakanlığı a.g.e., s. 32.



**Şekil 3.2.** Sağlık Turizmi Çeşitleri (2)

Yukarıdaki şekillerden de anlaşılacağı üzere sağlık turizmi kapsamında verilen faaliyetlerin ve hizmetlerin ülkelere göre çeşitlilik gösterdiği görülmektedir. Bundan dolayı da araştırmacılar açısından her iki farklılığında verilmesi ilerde araştırma yapacak kişilere yol göstereceği düşünülmektedir. Bizde yapmış olduğumuz araştırma kapsamında sağlık turizminin çeşitlerini anlatırken, termal turizm, medikal turizm, engelli ve yaşlı turizmi ile Spa&Wellness gibi çeşitlerini örnek olarak ele alacağız.

### 3.2.1. Termal Turizm

İlk çağlardan itibaren insanlar arasında bilinen ve doğal tedavi yöntemlerinden birisi olarak aktarılan kaplıca tedavileri dünyanın genel yapısı itibari ile hemen hemen büyük bir bölümünde termal merkezlerin oluşmasına zemin hazırlamıştır. Termal turizm aynı zamanda kaplıca turizmi olarak da ifade edilebilmektedir. Termal turizm de farklı yöntemler kullanılarak hastalar tedavi edilmektedir. Bunlar;<sup>80</sup>

Aynı zamanda termal turizm, mineralli suların kullanımıyla yapılan tedaviler, balneoterapiler, inhalasyonların uygulanması, içme suyu ile yapılan kürler, fizik tedavi uygulamaları gibi birbirlerini destekleyen uygulamaların birleşmesi ile yapılan kürleri kapsamaktadır. Yapılan bu uygulamalar şu şekilde ifade edilebilir:<sup>81</sup>

<sup>80</sup> Ömer Akat, **Pazarlama Ağırlıklı Turizm İşletmeciliği**, Ekin Kitapevi, Bursa, 2000

<sup>81</sup> Yalçın a.g.e., s. 37.

- **Kür:** hastaların tedavi olabilmeleri için gerekli olan tedavinin dozunu belirlemek için kullanılmaktadır ve rahatsızlığın türüne göre uygulanan tedavi kürü belirli aralıklarla tekrarlanır ve belirli süreleri kapsayan bir yöntem olarak kullanılır.
- **Kaplıca tedavisi:** Tedavi olma amacı ile gidilen termal şehirlerde bulunan toprağın ve yer altı sularının faydaları ile beraber iklim şartlarını da işin içine katarak kullanılan bir yöntemdir. Özellikle mineralli sular ve çamurlarla yapılan tedaviler uygulanmaktadır.
- **Balneoterapi:** Bu tedavi yönteminde kürler ile beraber hastalara mineralli sular, çamurlar ve gazlarla birlikte uygulanan banyo, içmeler ve solunum yöntemleri kullanılarak tedavi amacı ile yapılan uygulamalardır.
- **İnhalasyon uygulamaları:** Daha çok soluma yöntemi ile ortamda bulunan mineralli sulardan çıkan gazların hastalara solunması ile uygulanan tedavi yöntemi olarak bilinmektedir.
- **İçme kürleri:** Özellikle mineralli suların içilmesi ile hastaların tedavi edildiği yöntem olarak söylenebilir.

Termal turizmin hastalara sağladıkları faydaların bazıları şunlardır:

1. Gelişmiş ve tanınan termal tesislerin insanların sağlıklarına iyi geldiği gibi sosyalleşmelerine, dinlemeleri ve eğlenmelerine de olanak sağlaması,
2. Alternatif turizm türleri ile birleşerek kolaylık yapılabilir olmaları,
3. Termal turizmin senenin her ayında yapılabilir olması,
4. İstihdam getirisinin yüksek olması,
5. Gelişmiş termal şehirlerin kurulmasına ve bölgenin kalkınmasına faydalı olması gibi faydaların bulunmaktadır.

Türkiye’de termal turizm geçmişi çok eski dönemlere dayanmamaktadır. Günümüzde büyüyen ve gelişmekte olan bir hizmet alanı olarak görülmektedir. Termal turizmin farklı turizm faaliyetleri ile birleşebilir olması da gelişimine katkı sağlamaktadır. Özellikle son dönemlerde Avrupa ülkelerinde termal turizm faaliyetleri kapsamında ortalama 120 güne yakın olan kür sayıları Türkiye’de ortalama 290-300 saat arasında değişmektedir. Buda doğrudan termal turizmi etkilemektedir. Kür süresinde yaşanan uzunluk termal turizm için her zaman önem arz etmektedir.<sup>82</sup>

Türkiye’de termal turizm kapsamında birçok avantajının bulunması bu alanda yapılacak olan faaliyetlerin gelişmesine de zemin hazırlamaktadır. Özellikle Türkiye’nin jeopolitik konum

<sup>82</sup> Metin Bekir, **Dünya’da ve Türkiye’de Sağlık Turizmi, Durum Tespit Raporu**, 2010.

itibari ile jeotermal su kaynaklarına sahip olması sektörün gelişmesinde ve değer kazanmasında büyük bir öneme sahiptir. Bugün Türkiye’de bulunan bu kaynaklar sayesinde birçok Avrupa ülkesinden daha çok kaynağa sahip olduğumuz bilinmektedir. Türkiye’nin sahip olduğu iklim avantajının bulunması, doğal ve kültürel zenginliklerin çokluğu da termal turizme katkı sağlayan diğer unsurlardır.<sup>83</sup>

Türkiye’de çıkartılan jeotermal su kaynakları ve kaynaklar aracılığı ile kurulan tesislerin genel özellikleri şu şekilde sıralanmaktadır:<sup>84</sup>

- Doğal yollarla yeryüzüne çıkan sular kullanılmaktadır.
- Su verimliliği çok yüksektir.
- Erimiş maden kaynaklarından meydana gelmektedir.
- Özellikle kükürt, radon ve tuz zenginliği yüksektir.
- Kurulan tesislerin büyük bölümü deniz kıyılarında ve orman arazileri üzerinde yer almaktadır.

### 3.2.2. Medikal Turizm

Medikal turizm faaliyetleri günümüzde de sağlık turizmi ile karıştırılan alanlardan olan ve onun alt faaliyetlerini oluşturan tıbbi turizmi içermektedir. Bireylerin tedavi amacı ile ikamet ettikleri yerlerden farklı ülkelere tıbbi tedavi alabilmeleri için başvurdukları bir yöntemdir. Medikal turizm faaliyetlerine başvuran birçok kişinin ortak düşüncesi yaşadıkları ülkelerin sağlık sorunları ya da ülke içerisinde sağlık alanlarına harcamaları gereken maddi değerlerin çok yüksek olmasıdır.<sup>85</sup>

Özellikle gelişmiş ülkelerdeki sağlık politikaları ciddi maddiyat gerektiren konular içerisinde yer almaktadır. Bu ülkelerde bulunan özel sigortalar yabancı ülkelerle anlaşarak tedavi masraflarını karşılayarak farklı hizmetler sunmaktadır.<sup>86</sup>

Medikal turizm faaliyetlerinden yararlanmak isten bireylerin öncelikli amaçları tedavi olmaktır. Fakat bunun yanı sıra tedavi olma amacı ile gelen hastalar (müşteriler) konaklama, yeme-içme, ulaşım ve gezi gibi farklı programlara da sonradan dâhil olmaktadır. Bu yüzden de medikal turizm aynı zamanda normal turizm alanına da etki etmektedir.<sup>87</sup>

<sup>83</sup> Metin, a.g.e., s12.

<sup>84</sup> Dilaver Tengilimoğlu, “Sağlık Turizmi: Tedavi Amaçlı Turizm ve Termal Turizmde Sorunlar ve Çözüm Önerileri”, *Hastane Dergisi*, Sayı: 34, 2013.

<sup>85</sup> Yılmaz a.g.e., s. 39

<sup>86</sup> Nihal Yazan, “Sağlıkta Uluslararası Açılımlar: Medikal Turizmde Hedefler”, *Hastane Dergisi*, 2007.

<sup>87</sup> Tengilimoğlu, a.g.e., s. 59



Medikal turizm içerisinde tedavi olma amacı ile gelen hastaların büyük bir kısmı özel yetenek isteyen ve genellikle cerrahi operasyonlara ihtiyacı olan hastaların başvurdukları hizmetleri kapsamaktadır. Bu hizmetlerin verilmesi ile beraber sağlık alanında ve turizm alanında ülkeler açısından kazanımlar gerçekleşmektedir. Medikal turizmin tercih edilmesindeki en büyük etkenlerden hastaların yaşadıkları ülkelerdeki sağlık hizmeti alımında bekleme süresinin fazla olması da bir başka etkidir. Bireyler tıbbi tedavilerini bekletmeden olmak için ya da hastalıklarının daha erken dönemlerde tedavi edilebilir olmasından dolayı medikal turizme başvurmaktadır.<sup>88</sup>

Türkiye’de verilen medikal turizm hizmetleri birçok Avrupa ülkesinden çok ileri seviyelere gelmiştir. Hem kullanılan teknoloji hem de tecrübeli hekimlerin bulunması Türkiye’yi vazgeçilmez ülkeler arasında yer almasına neden olmuştur. Türkiye’de özellikle kalp alanında rahatsızlığı olan hastalar, estetik ameliyatı olmak isteyenler ve görme kusuru olanlar sıkça başvurmaktadır. Türkiye’ye gelen birçok yabancı turist özellikle özel sağlık kuruluşlarına başvurmaktadır.

Bireyler sağlık turizminde en çok aşağıda belirtilen rahatsızlıklar için bu yola başvurmaktadır. Bu hizmetler şunlardır;<sup>89</sup>

- ✓ Kozmetik cerrahi
  - Estetik işlemler
  - Facelift
  - Liposuction (vücudun şekillendirilmesi)
- ✓ Organ-Doku nakilleri
  - Böbrek nakli
  - Karaciğer nakli
  - Kök hücre tedavileri
  - Kalp yetmezliğinden kaynaklanan rahatsızlıklar
  - Beyin hasarlarından kaynaklanan rahatsızlıklar
- ✓ Diş işlemleri
  - Diş kaplama-implant işlemleri
  - Protez yapım-kullanımı
- ✓ Kalp ile ilgili işlemler
  - Bypass
  - Kalp kapak cerrahisi

<sup>88</sup> Aysun Şebnem Kiremit, Turizm Gelişiminde Bir Alternatif Olarak Medikal Turizm, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 2008, **(Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi)**.

<sup>89</sup> Sağlık Bakanlığı, [www.saglikturizmi.gov.tr/uploads/3058937-saglikturizmindesurecler-ve-araci-kuruluslar-raporu.pdf](http://www.saglikturizmi.gov.tr/uploads/3058937-saglikturizmindesurecler-ve-araci-kuruluslar-raporu.pdf), (Erişim Tarihi: 21.04.2018).

- Kalp stent işlemleri
- Kalp yetmezliğinden kaynaklanan kök hücre tedavisi
- ✓ Göz rahatsızlıkları
  - Teknolojik göz ameliyatları
- ✓ Ortopedi ve omurga kaynaklı rahatsızlıklar
  - Kalça protez işlemleri
  - Diz kapağı protezleri
  - Artroskopi
  - Laminektomi
  - Disk değiştirme işlemleri
- ✓ Obezite tedavileri
  - Gastrik bypass işlemleri
  - Gastrik bantlama işlemleri
  - Kilo kaybından sonra takip işlemleri
- ✓ Kısırlık tedavileri
  - Histerektomi
  - Prostatektomi
  - Cinsiyet değiştirme işlemi

Medikal turizm faaliyetleri en yoğun olarak Asya bölgesinde gerçekleştirilmektedir. Özellikle estetik anlamda hastaların birçoğu Tayland'a gitmektedir. Özellikle geçirdiği ekonomik sıkıntılardan dolayı Malezya'da medikal turizme önem vererek ekonomik anlamda rahatlama çalışmalarını bu alana yoğunlaştırmıştır. En son olarak Singapur bu iki ülke ile rekabete girerek kalite sağlık hizmeti sunma adına birçok yenilik yapmış ve organizasyon şirketleri ile anlaşmaya çalışmıştır. Bölgede yaşanan yoğun rekabet özellikle sağlık maliyetlerinin aşağıya çekilmesine neden olarak ülkelerin bu alanda gelişmelerine olanak tanımıştır.<sup>90</sup>

### 3.2.3. Spa Wellness

Özellikle bu alanda yapılan turizm faaliyetleri çok eski dönemlere dayanmaktadır. Roma imparatorluğu döneminde başlayan spa hizmeti günümüze kadar uzanan bir geçmişi bulunmaktadır. Son dönemlerde her ülke de farklı bir tanımla ile karşımıza çıksa da özetle spa su ile çamurun içerisinde yer alan mineraller sayesinde sadece bedenen değil aynı zamanda ruhsal ve zihinsel olarak da bireyleri rahatlatmayı amaçlamaktadır. Vücudun toksinlerden

<sup>90</sup> Ebru Özkan Demirer, Türkiye'de Medikal Turizm ve Geliştirilmesi: Örnek Bir Araştırma, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir, 2010, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi).

arındırılması ile birlikte kullanılan spa bir bakıma da insan zihninin rahatlmasına da yardımcı olmaktadır.<sup>91</sup>

Sağlık turizmi çeşitlerinden birisi olan spa aynı zamanda bir kültürel değer olarak tanımlanmaktadır. Uluslararası Spa Birliği tarafından yapılan açıklama doğrultusunda farklı sınıflandırmalar yapılmıştır. Bunlar;<sup>92</sup>

- Günlük kullanımda olan ve fitness ile birlikte gerçekleştirilerek verilen hizmetler,
- Yolcu gemilerinde verilen spa hizmetleri
- Yaygın olarak kullanılan ve hizmet veren spa hizmetleri
- Özellikle tatil amaçlı gidilen ve profesyonel kişilerce yapılan hizmetler,
- Hem sağlık hem de spa hizmetlerinin bir arada verildiği kurumların yapmış olduğu faaliyetler,
- Termal kaplıca ve spa faaliyetlerinin bir arada yürütülerek yapılması. Hidroterapi uygulamalarının bir arada kullanılması,
- Tatil amaçlı gidilen ve daha sonrasında konaklama yerlerinin vermiş olduğu hizmetler olarak sınıflandırılmaktadır.

#### 3.2.4. İleri Yaş Turizmi

Sağlık bakanlığı tarafından yapılan açıklamalar doğrultusunda ileri yaşta bulunan bireylerin turizm faaliyetlerine katılma oranlarının sağlık turizmi ile birleştirilme olasılığı daha yüksektir. Doğum oranlarının Avrupa'nın birçok ülkesinde azalması ve nüfusun giderek yaşlanması ile ileri yaş turizmi giderek ihtiyaç haline gelmektedir. Çoğu gelişmiş ülkelerde tıbbın ilerlemesiyle doğru orantılı olarak insanların yaşam süreleri de uzamaktadır. Bundan dolayı da ileri yaş turizmi de bu durumdan etkilenerek gün geçtikçe tercih edilen bir turizm sektörü olarak gelişmektedir. İleri yaşta bireyler genellikle turizm etkinliklerini sıcak ülkelere ve özellikle de sağlık turizmine yönelik olarak gerçekleştirmektedir.<sup>93</sup>

Ülkelerin turizm işlemlerinden en çok maddi gelir sağladıkları bireyler genellikle ileri yaşta ülkeleri ziyaret eden bireylerden oluşmaktadır. İleri yaşlardaki bireyler genellikle bir grup halinde gelerek ortak faaliyetlere katılmaktadır. Bunun en önemli faktörü de uzun süre

<sup>91</sup> Didem Kostak, Turizm Hareketleri: Türkiye Üzerinden Sağlık Turizmi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2007, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi).

<sup>92</sup> Uğur İsbil, SPA Nedir? Ne Demektir?, 2011.

<sup>93</sup> Sağlık Bakanlığı, www.saglik.gov.tr, <http://saglikturizmi.gov.tr/TR,183/ileri-yas-ve-engelli-turizmi.html>, (Erişim Tarihi: 14.04.2018)

kalmaları ve ülkelerine bir an önce dönme arzularının olmamasıdır. Bundan dolayı da daha fazla etkinliklere katılarak çeşitli sağlık hizmetlerinden yararlanabilmektedirler.<sup>94</sup>

Özellikle Avrupa ve Amerika'da yaşlı insan nüfusunun çok olması bu bölgede yaşayan insanların farklı alanlara yönelmelerine neden olmaktadır. Ayrıca bu ülkelerde yaşayan bireyler için açılan kurumların maliyetlerinin yüksek olması bu bireylerin farklı ülkelerde arayış içine girmelerine neden olmaktadır. Sağlık hizmetlerin içerisinde yaşlılara genellikle evde bakım hizmetleri, fizik tedavi rehabilitasyon hizmetleri ve klinik konaklama hizmetleri verilmektedir.<sup>95</sup>

İleri yaş turizmine katılan bireyler genellikle aşağıda belirtilen sağlık hizmetlerinden yararlanmaktadır.

- Tarihi ve kültürel gezi turları
- Bakım hizmetleri
- Klinik merkezlerinde tedavi hizmetleri
- Engelli bireyler için özel hizmet veren bakım yerleri ve gezi organizasyonları aldıkları bazı hizmetlerdir.<sup>96</sup>

### 3.2.5. Klimatizm

Klimatizm kelime anlamı olarak iklim tedavisi anlamına gelir. Sağlıklı iklimde yapılan hava kürü olarak da tanımlanabilir. Özellikle dağ gibi oksijenin ve temiz havanın bol bulunduğu ortamlarda uygulanır. Mağara, deniz, yayla gibi sağlık verici doğal ortamlar çoğunlukla tercih edilir. Türkiye'de ise klimatizm turizmi için en uygun alanlar: Bolu-Köroğlu, Bursa-Uludağ, Erzurum-Palandöken, Rize-Kaçkar, Kayseri-Erciyes, Balıkesir-Kazdağı ve Kars-Sarıkamış'tır. Özellikle Kazdağları Türkiye'de rutubetin en düşük olduğu yerdir. Havadaki oksijen oranı açısından İsviçre Alplerinden sonra 2. sırada yer alır.

Jeotermal kaynak zenginliği bakımından Dünya'da ilk ona (10) giren Türkiye de sıcak ve soğuk mineralli su kaynağı 1300 civarındadır. Bunlardan yaklaşık 600 kadarı sıcak ve mineralli su kaynaklarıdır. Termal suların en yaygın kullanımı balneolojik kullanımdır. Balneoterapi; mineralize termal sularda yapılan kür uygulanmaktadır.<sup>97</sup>

<sup>94</sup> Murat Selvi, **Sağlık Turizmi: Turistik Ürün Çeşitlendirmesi**, Nobel Yayınları, Ankara, 2008.

<sup>95</sup> Özgül a.g.e., s. 22

<sup>96</sup> Sağlık Bakanlığı, <http://saglikturizmi.gov.tr/TR,183/ileri-yas-ve-engelli-turizmi.html>, (Erişim Tarihi: 12.04.2018)

<sup>97</sup> Bilgi Dünyası, <http://hakkinda-bilgi-nedir.com/turizm-cesitleri-nedir-turizm-cesitleri-hakkinda-bilgi>, (Erişim Tarihi: 10.07.2018)

### 3.2.6. Üvalizm

Bazı yörelerin belli başlı ürünü olan meyve ve sebzelerle yapılan kür (tedavi) yöntemi ya da bu ürünlerin kullanımının, bundan hoşlananlara sunulmasıdır.

### 3.3. Sağlık Turizminde Gelişimsel Faktörler

Ülkelerin gelişme düzeyleri aynı zamanda o ülkenin kalkınmasında ve ekonomik yapısında bazı bilgiler vermektedir. Özellikle son dönemlerde büyük artış gösteren sağlık turizmi faaliyetlerinin ülke ekonomisine getirdiği bir hayli fazladır. Bundan dolayı da ülkeler bu sektörün gelişmesi için bazı gerek gördüğü tedbirleri almaktadır. Sağlık sektörünün hem gelişmesinde hem de engellenmesinde bazı faktörler etkin olarak rol oynamaktadır. Araştırmanın bu kısmında sağlık turizmini geliştiren ve engelleyen faktörler üzerinde durulmuştur.<sup>98</sup>

#### 3.3.1. Sağlık Turizmini Geliştiren Faktörler

Sektörün gelişme gösterebilmesi ve yoğun rekabet ortamlarına dayanabilmesi için gerekli görülen bazı faktörlere karşı tedbirlerini alması ve dikkat etmesi gereken özel durumlar bulunmaktadır. Özellikle dikkat edilecek faktörler şu şekilde sıralanmaktadır:<sup>99</sup>

1. Bireyler üzerinde etken olmak, sağlık turizmini bilimsel olarak değerlendirildiğinde en kısa zamanda en fazla katkının sağlanması ve hastaların iyileştirilmesi olarak ifade edilebilir. Bu kapsam içerisinde hastalara verilen hizmetin kalitesi ve onların ne derece fayda sağladığının göstergesi olarak değerlendirilmektedir. Beklenen ve algılanan arasındaki dengenin korunması olarak da ifade edilebilir.<sup>100</sup>
2. Bireyleri etkileme düzeyleri,
3. İş verimliliğinin gelişmiş olması, verimlilik derecelerinin yüksek olması ve maliyet ile hizmet arasındaki oluşan beklentinin karşılanmasıdır. Bu noktada hastalar en düşük mali kayıpla tedavi olma arzusunda bulunmak isterler.
4. Dünya çapında kabul edilebilirlik seviyelerini artırma, özellikle hasta ve hasta yakınlarının verilen hizmet doğrultusunda beklentilerin karşılanabilir olması olarak söylenebilir.

<sup>98</sup> Erol Bulut, **Turizmin Türkiye Ekonomisindeki Yeri ve Ekonomik Etkileri**, 2007.

<sup>99</sup> Sercan Edinsel ve Orhan Adıgüzel, "Türkiye'nin Sağlık Turizmi Açısından Son Beş Yıllık Dünya Ülkeleri İçindeki Konumu ve Gelişmeleri", **Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Sayı: 4(2).

<sup>100</sup> Hatice Hayta, **Sağlık Sektöründe Toplam Kalite Yönetimi ve Hasta Memnuniyetinin İstatistik Göstergelerle Karşılaştırılması**, Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla, 2008, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi).

5. Yasal zorunluluk ve gerekliliklere uymak, verilen hizmetin bütün kesimler tarafından kabul gören ve yaşanan toplumun hem ahlaki normlarına hem de yasalarına uygun olarak gerçekleştirilmesidir. Hizmet verilirken din, dil, ırk gibi konularda ayırım yapmaksızın herkese eşit mesafede davranmak ve alması gereken hizmeti en iyi şekilde sunmak.
6. Sektörde devamlılık ve sürdürülebilir olmak, içinde buldukları pazarın şartlarını bilerek ve olası riskleri göz önüne alarak değerlendirmesidir. Sağlık işletmeleri kurulurken özellikle belirlenen hedefler doğrultusunda hareket edilmeli Pazar araştırmasının detaylı bir şekilde yapılması gerekmektedir.
7. Hizmet kalitesinin iyi belirlenmesi ve uygulanması, özel ya da kamu aracılığı ile hizmet sunan sağlık kurumlarının öncelikli amaçları hastaların tedavi olmalarını sağlamaktır. Aynı zamanda hastalar bu kurumlar için birer müşteri potansiyeli oluşturmaktadır. Bundan dolayı da daha sonrasında hastalarda tüketici davranışlarında değişim ve müşterilerin sadakatini kazanmak istiyorlarsa vermeleri gereken hizmetin üst seviyelerde olması gerekmektedir.
8. Optimal dengenin sağlanması, hastaların alacakları hizmet sonucunda almış oldukları fayda ile maliyetin birbirini dengelemesi olarak ifade edilebilir. Hastaların tedavi olurken aynı zamanda maddi durumlarını da düşünerek hem ruhsal hem de zihinsel olarak da rahatlamalarını sağlamakta denilebilir.
9. Herkesin katılabilir olması gibi faktörlere özellikle dikkat etmesi gerekmektedir.
10. Sağlık hizmetleri kapsamında devamlı olarak teknolojik gelişmeler takip edilmeli ve uygun makine ve teçhizatlar ile kurumlar desteklenmelidir.

Yukarıdaki ifadelerden de anlaşılacağı üzere sağlık turizmi birçok faktörden etkilenmekte ve bu faktörler doğru bir şekilde yönetilir ve dikkate alınırsa sektör giderek büyümeye devam edecek niteliklere sahiptir. Sağlık turizminin gelişmesi için aynı zamanda ülkelerin politik yapılarındaki istikrarında sağlanması ayrıca değinilmesi gereken konular içerisinde yer almaktadır.

### **3.3.2. Sağlık Turizmini Kısıtlayan Faktörler**

Sağlık turizmi birçok alandan etkilenerek geliştirilebilir olduğu gibi aynı zamanda bazı özel nedenlerden dolayı da kısıtlanma durumu da olabilmektedir. Aşağıda belirtilen nedenlerden dolayı sağlık durumlarını kısıtlayan faktörler ortaya çıkabilir;

1. Yasal sorunların ortaya çıkması, sağlık turizmi alanında faaliyet gösteren kuruluşların özellikle dikkat etmesi gereken hususların başında akreditasyon belgelerinin alınmasıdır. Eğer kurumlar akredite edilmediyse yasal olarak birçok

sorunla baş başa kalabilirler. İşletmelerin ruhsatlarında yaşayacakları herhangi bir sorun denetleyici kurumlar tarafından faaliyetlerin durdurulmasına hatta kurumların kapatılmasına bile neden olmaktadır. Ayrıca yasal olarak hizmet veren sağlık kuruluşlarında yeteri kadar personel çalıştırılması gerekmektedir. Uzman personeller eşliğinde bu hizmetlerin verilmesi gerekmektedir. Sağlık hizmeti kapsamında sektörde yerini alan işletmelerde özellikle alanında uzman personeller ve yardımcı sağlık çalışanları da bulundurulması gerekmektedir.<sup>101</sup>

2. Alt yapı özellikleri olarak eksikliklerin bulunması ve yetersiz olması sağlık kurumları tarafından kısıtlayıcı faktörler içerisinde yer almaktadır. Sağlık kurumlarına giden yollardan itibaren başlayan bu yetersizlikler kuruma gelene kadar devam etmesi halinde kurumların tercih edilebilirlik seviyelerini olumsuz yönde etkilemektedir. Sağlık turizmi yapılması amaçlanan bölgelere ciddi yatırımların yapılması gerekmektedir. Özellikle yurt dışından gelecek hastalar için havaalanları ve işletmelere gelebilmeleri için gerekli olan transfer araçlarının sağlanması kurumlar için birer gerekliliktir. Sağlık kurumlarının ulaşım alanında birçok alternatifinin de bulunması gerekmektedir.
3. Sağlık kurumlarında çalışan her personelin yoğun olarak hizmet sundukları ülkenin dilini bilmesi gerekmektedir. Personellerin yabancı dil bilmemeleri gibi nedenlerden yaşanan sorunlar hem tedavi aşamasında ciddi sorunlara neden olmakta hem de sağlıklı iletişim kurulamadığı için tedavi sonrasında da olumsuzluklar yaşanmaktadır. Sağlık turizmindeki en ciddi sorunların başında yabancı dil bilen personel sayısının az olması gelmektedir. Bundan dolayı da bazen yanlış tedaviler ve geri dönüşü olmayan sorunlar yaşanabilmektedir.<sup>102</sup>
4. Hastaların tedavi masrafları ve ödeme noktasında yaşanan sorunlarda sağlık turizmi içerisinde ciddi sorunlar olarak görülmektedir. Bireylerin tedavi masrafları özel sigortalar aracılığı ile karşılanırsa da aynı zamanda konaklama, yeme-içme, ulaşım gibi bazı özel durumlar bu kapsam dışarısında tutulmaktadır. Bundan dolayı da hastalar ve işletmeler arasında bazı olumsuzlukların yaşanmasına neden olmaktadır. Bireylerin ödeme noktasında 2 farklı alternatifi bulunmaktadır. Bunlardan birincisi özel sağlık sigortalarıdır. Bu kapsam içerisinde belirlenen hizmetler doğrudan sigorta tarafından ödenir ancak geri kalan kısım hastalar tarafından ödenmektedir. İkinci yöntem ise kendi ülkelerinde verilen hizmetler ile yabancı ülkelerde alınan hizmetlerin

---

<sup>101</sup> Ateş a.g.e., s. 8

<sup>102</sup> Orhan İçöz, "Sağlık Turizmi Kapsamında Medikal Turizm ve Olanakları", *Journal Of Yasar University*, Sayı: 5(14), 2009.

kiyaslanması ve eş değer bir tutarın sigorta şirketleri tarafından ödenmesi ve geri kalanın yine hastalar tarafından ödenmesi yöntemidir.<sup>103</sup>

5. Yaşanan en büyük problemlerden biriside sağlık turizminin yeterince pazarlanamamasıdır. Kurumların pazarlama sorunu yaşamaları önlerinde büyük engeller teşkil etmektedir. Özellikle stratejilerde, pazarlama faaliyetlerinde ve fiyatlandırmada yaşanan sorunlar başı çekmektedir.<sup>104</sup>

### 3.4. Dünya’da Sağlık Turizmi

Dünya’da artık teknolojik gelişmelerin yaşanması bireylerin interneti, bilgisayarı ve çeşitli iletişim araçlarını yoğun olarak kullanmalarından dolayı hemen hemen dünyanın her yerinde olan biten her şeyden haberdar olmaktadır. Teknolojinin yanı sıra ulaşım türlerinde yaşanan gelişmeler ve artan rekabetlerden dolayı ulaşım masrafların azalması da insanların farklı ülkelere gitme noktasında cazip gelen unsurlar arasında yer almaktadır.<sup>105</sup>

Bireylerin sağlık harcamaları her geçen gün giderek artmaktadır. Bunun en önemli sebeplerinden biriside genç nüfusun azalması ve ekonomik sıkıntıların dünya genelinde yaşanmasından kaynaklandığı bilinmektedir. Hastaların uzun bekleme sürelerinde yaşadıkları sorunlar, sağlık alanında çalışan personel yetersizliği gibi nedenlerden dolayı birçok hasta sağlık turizmi faaliyetlerine başvurarak tedavi olma yolu seçmişlerdir. Bazı ülkelerin yıllara göre değişen sağlık harcama oranları aşağıdaki şekilde gösterilmiştir.<sup>106</sup>

---

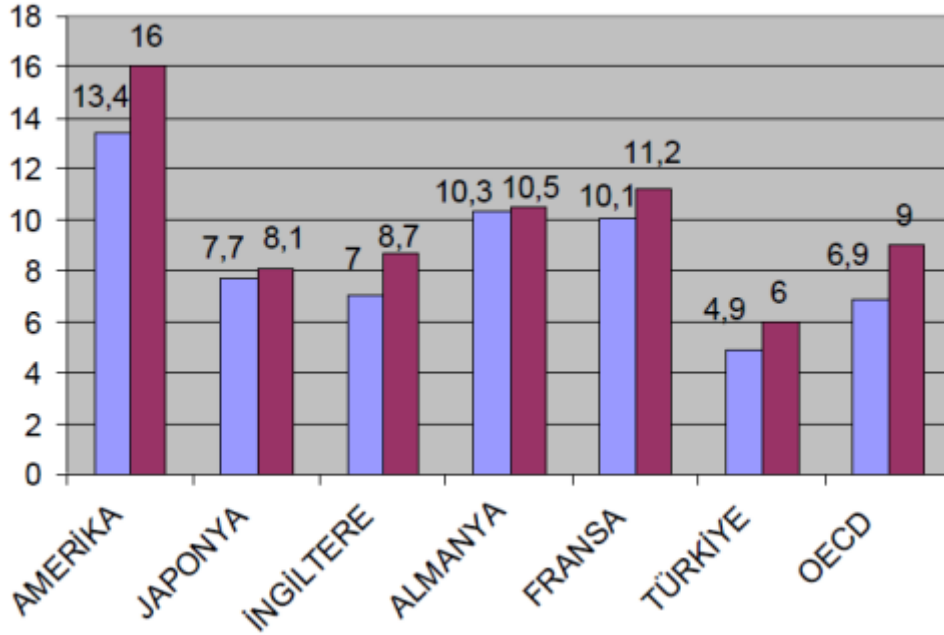
<sup>103</sup> Nuray Topuz, **Türkiye Sağlık (Medikal) Turizm Stratejisi 2023**, Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları, Ankara, 2012.

<sup>104</sup> Bülül a.g.e., s.63.

<sup>105</sup> Sağlık Turizmi, [www.saglikturizmi.org.tr](http://www.saglikturizmi.org.tr), <http://saglikturizmi.gov.tr/TR,23588/dunyada-saglik-turizmi.html>, (Erişim Tarihi: 14.04.2018)

<sup>106</sup> Fadime Gümüş ve Özge Büyük, “Sağlık Turizminde Yeni Açılımlar: Tıp Turizmi”, **3. Balıkesir Uluslararası Turizm Kongresi**, 17-19 Nisan, 2008.





**Şekil 3.3.** Sağlık Harcamalarının GSYH'ye Oranları

Şekilden de anlaşılacağı üzere yıllara göre yaşanan değişim sağlık harcamalarının her geçen zamanda artarak devam ettiğinin göstergesidir.

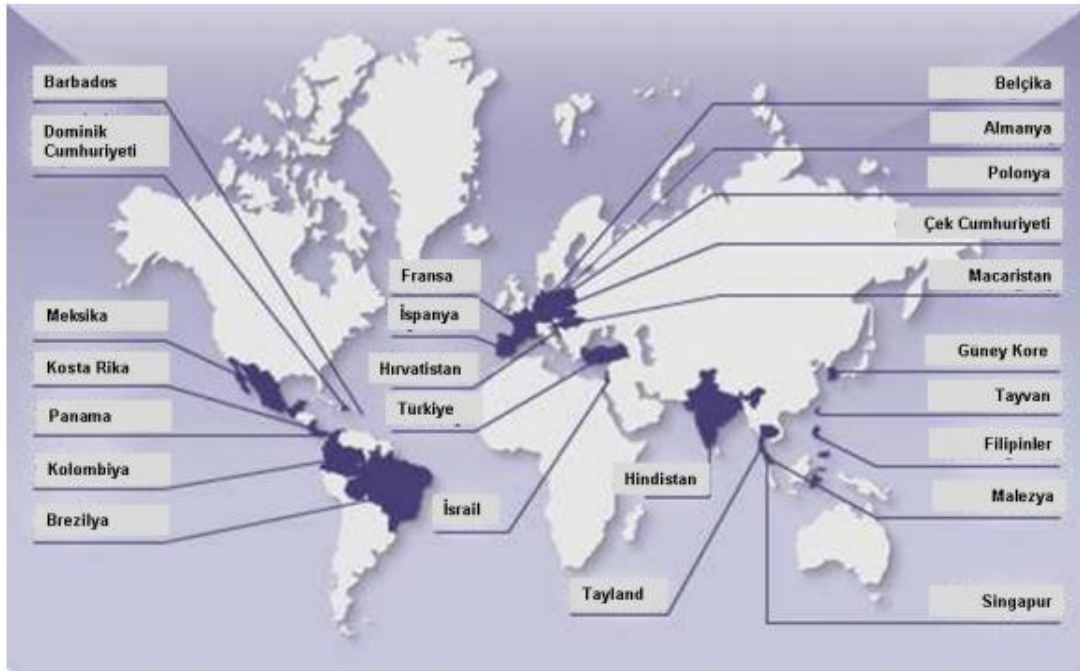
Ülkeler belirli dönemlerde sağlık turizmi kapsamında bir araya gelirler ve uluslararası alanda sağlık turizmini değerlendirirler. Bunlardan 3. Uluslararası sağlık turizmi hakkında yapılan kongrede sağlık turizminin dünya yerindeki önemi içinde buldukları mevcut durumun son hali ve sağlık alanında yapılması planlanan reformların görüşüldüğü bir kongre olarak bilinmektedir. Bu kongrede sağlık turizmi açısından alınan bazı kararlar bulunmaktadır. Bunlar;<sup>107</sup>

- Uluslararası alanda sağlık turizmi hızla gelişen bir hizmet sektörü olarak kabul edilmiştir.
- Sağlık turizminin dünya genelinde gelişebilmesi ve büyümesi için gereken standartların belirlenmesi ve önemli bilgilerin paylaşılması gerekliliği vurgulanmıştır.
- Özellikle müşteriye odağa alarak hizmetlerin yürütülmesi gerekliliği ortaya çıkmıştır.
- Sağlık turizminde markalaşma konusunda ciddi adımların atılması gerektiği bildirilmiştir.

<sup>107</sup> Sağlık Turizmi, [www.saglikturizmi.org.tr/3.sonuc%bildirgesi.pdf](http://www.saglikturizmi.org.tr/3.sonuc%bildirgesi.pdf), (Erişim Tarihi: 13.04.2018)

- Sağlık turizminin pazarlanmasında özellikle dikkat edilmesi gereken hususlar aktarılmıştır;
  - Bölgesel özellikler,
  - Yakın kültürel değerlerin paylaşımı,
  - Personellerin dil yeterliliği,
  - Sunulan hizmetin kalitesi,
  - Hizmetin sunumunda müşteri odaklı çalışma,
  - Uluslararası alanda ortaya çıkan yenilikleri ve teknolojilerin yakın takibi ve gerekli görülen bilgilerin zaman kaybetmeden paylaşılması.

Aşağıdaki şekilde dünya genelinde sağlık turizmi ile ilgilenen ve öncü olarak faaliyet gösteren ülkeler gösterilmiştir.



**Şekil 3.4.** Dünya’da Sağlık Turizmi

Sağlık turizmi çeşitlerinden birisi olan medikal turizm yani hastaların tıbbi tedavilerin yapıldığı konularda ilk sıralarda Asya kıtasında yer alan ülkeler gelmektedir. Bu amaç için yılda ortalama 1,4 milyon hasta (müşteri) bu bölgeleri ziyaret ederek tedavi olmaktadır. Bu bölgelerin en önemli özellikleri tedavi masraflarının ciddi derecede düşük olmasıdır. Özellikle Hindistan’da sağlık turizmi maliyeti oldukça düşüktür. Daha sonra Tayland, Singapur ve Malezya’da medikal turizmin merkezi haline gelmiştir.<sup>108</sup>

<sup>108</sup> Fadime Gümüş ve Özge Büyük, “Sağlık Turizminde Yeni Açılımlar: Tıp Turizmi”, **3. Balıkesir Uluslararası Turizm Kongresi**, 17-19 Nisan, 2008.

Önemli hizmet alanlarından birisi olan sağlık turizmi ile ilgili yapılan araştırmalar doğrultusunda özellikle bu sektörün 2000'li yıllarda büyük bir atağa geçerek hızla gelişen ve büyüyen bir sektör olarak kendisini dünya sağlık pazarında konumlandırmasına etken olmuştur. Özellikle 2006 yılında 20 milyar dolara yakın bir bütçe ile ortalama 20 milyon insan tedavi amacı ile sağlık turizminden yararlanmışır. Daha sonrasında ise bu turizm faaliyetleri artarak devam etmiş ve günümüzde ortalama 60 milyar dolar seviyelerine kadar çıktığı tahmin edilmektedir.<sup>109</sup>

### 3.5. Türkiye’de Sağlık Turizmi

Türkiye’de sağlık turizminin faaliyet göstermesinden sorumlu üç kurum bulunmaktadır. Bu kurumlar, Devlet planlama teşkilatı, Kültür ve Turizm Bakanlığı ve Sağlık bakanlığıdır. İşletmelerin teşvikinden ve planlamalarının yapılmasından DPT sorumluyken, konaklama işlemleri ve seyahat hizmetleri gibi konularla ilgili olarak Kültür ve Turizm Bakanlığı sorumluyken, yurt dışından gelen hasta ve hasta yakınlarının sağlıklarından da Sağlık Bakanlığı sorumludur.<sup>110</sup>

İlk zamanlarda Türkiye’de sağlık turizmi denilince akla ilk gelen termal turizmdi. Son dönemlerde gelişme gösteren ve özellikle yurt dışından gelen hastalar ile doğrudan hem medikal hem de termal turizm hizmetlerinin sunulduğu özel hastaneler artış göstermektedir.<sup>111</sup>

Yabancı ülkelerin sayılı turizm şirketlerinin dünya genelinde belirlemiş oldukları alternatif tıp ve sağlık turizmi hizmetlerinin kaliteli olarak verilen ülkeler arasında Türkiye’ye de yer verilmiştir. Bu ülkeler arasında Türkiye’nin yer almasının en önemli faktörleri, medikal turizm alanında gelişme göstermesi, tecrübeli hekimlerin bulunması ve üst düzey hizmet verecek sağlık kuruluşlarının bulunması gösterilmektedir.<sup>112</sup>

Türkiye’nin Avrupa’nın ve Dünyanın sayılı sağlık turizmi için başvurulan ülkeler arasında yer almasının tek nedeni maliyet açısından uygun olması değildir. Aynı zamanda kanser tedavilerinde kullanılan son model cihazların bulunması, dünya standartlarında hizmetlerin sunulması ve deneyimli uzman ekiplerin çalışması da söylenebilir.<sup>113</sup>

Türkiye’de sağlık turizminin gelişmesinde farklı unsurlar yer almaktadır. Hükümetin bu alan içerisinde yapmış olduğu yasal düzenlemeler ve sağlık politikaları kapsamında yapılan değişikliklerde sağlık turizminin gelişmesinde önemli rol oynamıştır. Özellikle 2003 sonrasında

<sup>109</sup> Sağlık Bakanlığı a.g.e., s. 23

<sup>110</sup> Pınar Yalçın, Türkiye’de Sağlık Turizminde Alt Yapı Oluşturulma Gereği ve Sağlık Kurumlarına Yönelik Bir Araştırma, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2006, (**Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**).

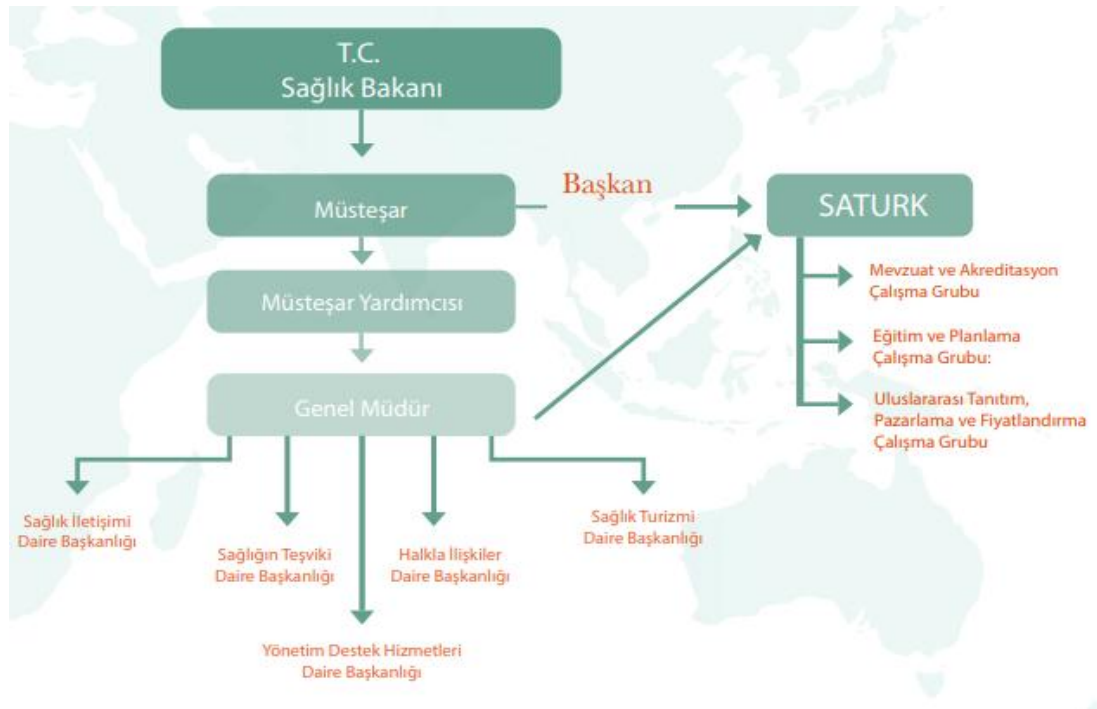
<sup>111</sup> Özgül a.g.e., s.31

<sup>112</sup> Çukurova Kalkınma Ajansı, Sağlık Turizmi Kümelenme Çalışması, 2012.

<sup>113</sup> Demirer a.g.e., s.41

geçilen sağlık sisteminde birçok hasta ve hasta yakını sağlıkta reform adı altında yapılan yeniliklerden faydalanmış ve yeni gelişmelerden haberdar olmuştur.<sup>114</sup>

Aynı zamanda 2010 yılından itibaren sağlık turizmini kapsamında faaliyet gösteren ve işletmeler arasında rekabeti denetleyen, ortak bir anlayış benimseyen ve kurumların uluslararası seviyelere gelebilmeleri açısından fayda görüleceğine inanılan Sağlık Turizmi Koordinatörlüğü oluşturulmuştur. 2012 yılında ise işlemlerin daha hızlı ve etkili bir şekilde ilerleyebilmesi için Sağlık Turizmi Daire Başkanlığı da faaliyet göstermeye başlamıştır.<sup>115</sup> Aşağıda kurulan organizasyon yapısının şeması verilmiştir.



**Şekil 3.5.** Sağlık Turizmi Daire Başkanlığı Organizasyon Yapısı

Sağlık Turizmi Kurulu (SATURK) 3 farklı birime ayrılmıştır. Bunlarda ilk olan çalışma grubu Mevzuat ve Akreditasyon Çalışma Grubu, Türkiye'nin uluslararası alanda izleyeceği yolun belirlenmesinde yardımcı olan mevzuatların hazırlanmasına ve sağlık hizmeti veren kurumların denetlenmesi görevini üstlenmiştir. Eğitim ve Planlama Çalışma Grubu ise yabancı ülkelerden gelen hasta ve hasta yakınlarına sunulan hizmetlerin daha kaliteli olması için kurumlarda çalışan personellerin eğitilmesine yönelik hizmetleri belirlemektedir. Son olarak Tanıtım, Pazarlama ve Fiyatlandırma Çalışma Grubu da uluslararası alanda sağlık kurumlarının tanıtılmasını seçilen hedef pazarın ihtiyaçlarına uygun olarak hizmetlerin

<sup>114</sup> Özgül, a.g.e., s. 34.

<sup>115</sup> Sağlık Turizmi, [www.saglikturizmi.org.tr/3.sonuc%bildirgesi.pdf](http://www.saglikturizmi.org.tr/3.sonuc%bildirgesi.pdf), (Erişim Tarihi: 13.04.2018)

belirlenmesine ve rekabet ortamı sonucunda oluşan maliyetin fiyatlandırılmasında görev yapmaktadır.<sup>116</sup>

Kurulan Sağlık Turizmi Daire başkanlığında 2012 yılında kendi bünyesinde yurt dışı hasta ve sağlık hizmeti almak isteyen yabancı turistler için çağrı merkezi de kurulmuştur. Bu merkezde farklı yabancı dil bilgisi olan çok sayıda personel çalışmaktadır. Turistlere yönelik olarak acil durumlarda 112 numaralı çağrı telefonundan arama gerçekleştirmek suretiyle gereken destek hemen sağlanmaktadır. Ayrıca 184 numaralı telefonla da kendi dillerinde şikâyetlerini iletebilmektedir.<sup>117</sup>

Sağlık turizminde özellikle istatistiksel verilerin tutulması ve yıllara göre değişimlerinin incelenmesi açısından kamu kurumlarında, özel ve üniversite hastanelerinde yabancı uyruğa sahip hastaların kayıtları internet üzerinde tutularak veriler saklanmaktadır.

Bir ülkede sağlık turizminin etkili bir şekilde değerlendirilip güçlendirilmesi için özellikle o alanla ilgili olan SWOT analizinin yapılması ve konuyla alakalı olan güçlü ve zayıf yönlerinin bilinmesi gerekmektedir. Yapılan analizler sonucunda sağlık turizmi içerisinde yer alan fırsatların değerlendirilerek güçlü yönlere çevrilmesi ve tehditlerinde engellenerek stratejik gelişmelerin önünün açılmasına olanak sağlamaktadır. Aşağıdaki şekilde Sağlık Bakanlığının yapmış olduğu SWOT analizi yer almaktadır.

---

<sup>116</sup> Ömer Tontuş, **Türkiye'nin Sağlık Turizmindeki Önemi**, Sağlık Bakanlığı Yayınları, Ankara, 2017.

<sup>117</sup> Sağlık Bakanlığı, **Sağlık Turizminde Süreçler ve Aracı Kuruluşlar Araştırma Raporu**. Ankara: Sağlık Bakanlığı Yayını, 2012.



Şekil 3.6. Türkiye’de Sağlık Turizmi Swot Analizi

Türkiye’de yapılan sağlık reformlarından sonra yabancı turistler özellikle Türkiye’ye sağlık turizmi kapsamında farklı amaçlar doğrultusunda giriş yapmaktadır. Son dönemlerde devletin desteklediği alanlarda yatırım yapan işletmeler ve teknolojik araçlardan yararlanan birçok sağlık kurumu tercih edilen kurumlar arasında yer almaya başlamıştır. Türkiye’nin çok sayıda ülkeyi geride bırakarak neden tercih edildiği aşağıdaki şekilde aktarılmaya çalışılmıştır.<sup>118</sup> Bu unsurlar rekabetçi unsurlar olarak da adlandırılmaktadır.

<sup>118</sup> Sağlık Bakanlığı, [www.dosyamerkez.saglik.gov.tr](http://www.dosyamerkez.saglik.gov.tr) (Erişim Tarihi: 16.04.2018)



**Şekil 3.7.** Sağlık Turizminde Türkiye'nin Rekabetçi Unsurları

Türkiye'de ön görülerden birisi olan sağlık turizminin ilerleyen dönemlerde katma değer oranı çok yüksek olan sektörler arasında yer alacağı düşüncesi Türkiye'nin konumu ve politik özelliklerinden dolayı tercih edilen ülkeler sıralamasında daha yukarılarda yer alması için gerekli görülen her türlü çalışma devlet tarafından desteklenmektedir. Son dönemlerde dünya genelinde gelişme gösteren ve Türkiye'de de önemli adımları atılan robotik cerrahi sisteminin de Türkiye'de faaliyet göstermesi ve başarılı hekimlerinin bulunması büyük bir avantaj oluşturmaktadır.<sup>119</sup>

<sup>119</sup> Tontuş, a.g.e., s. 8.

## DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

### SAĞLIK TURİZMİNDE MÜŞTERİ VE MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ KAVRAMLARI

#### 4.1. Sağlık Turizminde Müşteri Kavramı

Kavram olarak müşteri bir işletmeden ya da kurumdan ücret karşılığı mal ya da hizmet alan kişilere denilmektedir. Müşteriler işletmelerin günümüz koşullarında en çok ihtiyaç duyduğu ve ayakta kalabilmeleri için onların istek ve arzularına uygun olarak ürün ya da mal üretmek zorundadır.<sup>120</sup>

Müşteriler kar amacı ile satış gerçekleştiren kurumların sattıkları malları alan ya da kabul etmiş olan kişi/kişilerdir. Müşteriler muhasebe de yer alan bilançolarda gösterilmeler de işletmelerin en büyük varlıklarını oluşturmaktadır. Aynı zamanda müşteriler ürün ya da hizmeti alan kişilerle sınırlı olmayıp bu ürün ve hizmetlerden etkilenen kişilerde olabilir.<sup>121</sup>

Sağlık kurumlarında da artık müşteri kavramı rahatlıkla kullanılmaktadır. Eskiden sadece hizmet alan hastalar müşteri kavramı içerisinde değerlendirilirken günümüzde artık hastanelerde hizmete katılan bütün bireyler ve kurumlar bu kapsam içerisinde değerlendirilerek müşteri unsurları içerisinde yer almıştır.<sup>122</sup>

Sağlık hizmetleri içerisinde yer alan müşteriler 2 bölüm halinde incelenmektedir. Bunlar İç müşteriler ve dış müşterilerdir. İç müşteriler sağlık kurumu içerisinde çalışan kişi ya da personeller ya da kurum ile ilişkisi olan birimler söylenirken dış müşterilere ise sağlık kurumu tarafından verilen hizmetlere ilişkin olarak doğrudan hizmet alan ve etkilenen kişileri ya da kurumları içermektedir.<sup>123</sup>

Kısa 2007'de sağlık hizmetleri alan müşteri Şekil 4.1'deki gibi ifade etmiştir.

<sup>120</sup> Özkan Dalbay, "Kamu Yönetiminde Müşteri odaklı Misyona ve Vizyon", *Kamu Yönetiminde Kalite 2. Uluslararası Kongresi*, İstanbul, 1999.

<sup>121</sup> Ergün Eroğlu, "Müşteri Memnuniyeti Ölçüm Modeli", *İstanbul Üniversitesi İşletme Dergisi*, Sayı: 34, 2005.

<sup>122</sup> Adnan Kısa ve Nuray Tokgöz, *Sağlık kurumları Yönetimi*, Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Yayınları, Eskişehir, 2007.

<sup>123</sup> Şahin Kavuncubaşı ve Selami Yıldırım, *Hastane ve Sağlık Kurumları Yönetimi*, Siyasal Kitabevi, Ankara, 2015.



<b>Dış Müşteriler</b>	<b>İç müşteriler</b>
Hastalar, hasta ailesi ve çevresi	Kurum personeli (hekim-hemşire vb)
Refakatçiler ve ziyaretçiler	Pay sahipleri
Devlet ve diğer sağlık kurumları	Danışmanlar
Anlaşmalı kuruluşlar	
Eczaneler-Dernekler	
Medya	
Sigorta şirketleri	
Tıbbi malzemeler ve ilaç firmaları	

#### **Şekil 4.1. Sağlık Kurumlarında Müşteriler**

Sağlık kurumlarının başarılı bir şekilde ekonomik faaliyetlerini sürdürebilmeleri için müşterilerin (hastaların) beklentilerinin ve ihtiyaçlarının karşılanması gerekmektedir. Sağlık kurumlarında en değerli müşterileri hastalardan oluştuğu gerçeği unutulmamalıdır ve müşteri memnuniyeti ön planda tutulmalıdır.<sup>124</sup>

#### **4.2. Sağlık Turizminde Müşteri Memnuniyeti**

Hizmet alan müşterilerde oluşacak memnuniyet alan fark etmeksizin bütün işletmeler için ekonomik faaliyetlerini sürdürme açısından büyük önem taşımaktadır. Müşteriler memnuniyeti sonucunda işletmeler hem sadık müşteri kazanacaklar hem de dolaylı olarak kurumların reklamlarını yaparak çevrelerindeki kişilere önerilerde bulunacaktır.

Günümüz koşullarında kamu kurumu olmayan hastanelerin diğer işletmelerle rekabet edebilmesi için Pazar odaklı olarak hizmet sunmalarına bağlıdır. Pazar odaklılıkta müşteri memnuniyeti ile doğrudan ilişkilidir. Sağlık kurumlarının vermiş oldukları hizmete paralel olarak öncelikle hastaların sağlıklarına kavuşmaları daha sonrasında hastaların alınan hizmetten memnun kalmaları büyük önem arz etmektedir.<sup>125</sup>

Sağlık kurumları ilk başlarda hastaların medikal anlamda tedavi edilmelerine yönelik amaçlar doğrultusunda hizmet veriyor olsa da aynı zamanda estetik, duygusal ve kültürel anlamda da hizmet sunan kurumlar haline gelmiş bulunmaktadır. Özellikle sağlık kurumlarının vermiş oldukları hizmetten memnun kalmaları tedavinin tamamlanmasında en büyük faktörlerden birisi olarak değerlendirilmektedir.<sup>126</sup>

Sağlık kurumları kapsamında müşteri memnuniyeti verilen hizmet ya da alınan bir malın karşılığında beklenen faydanın görülmesi olarak da tanımlanabilir. Eğer beklenti müşteriye

<sup>124</sup> Kavuncubaşı a.g.e., s. 478

<sup>125</sup> Aslan Şebnem vd., "Özel Sağlık Kuruluşlarında Müşteri Memnuniyeti ve Memnuniyeti Oluşturan Unsurların Araştırılması", *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı: 20, 2008.

<sup>126</sup> Sevtap Ünal, *Sağlık Hizmetlerinde Müşteri Memnuniyeti*, Detay Yayıncılık, Ankara, 2008.

tatmin edecek seviyelerdeyse o zaman müşteri kurumdan memnun kalmış demektir. Fakat beklenen fayda gerçekleşmemiş ise müşteri memnuniyetinden bahsetmemiz doğru olmayacaktır.<sup>127</sup>

Sağlık kurumlarının vermiş olduğu hizmetten memnun olmayan bir hasta varsa tedaviyi yarıda bırakabilir ve farklı arayışlar içerisine girebilir. Bunun sonucunda da sağlık kurumu müşterisi başka bir kuruma kaptırabilir. Durumun böyle olmasıyla sağlık kurumu olumsuz sağlık üretimi ile baş başa diyebiliriz. Bu nedenle sağlık kurumlarının işletme açısından başarılı olmaları hizmet alımına gelen müşterilerin memnuniyetlerinden ve tatmin olma derecelerinden geçmektedir.<sup>128</sup>

Yapılan araştırmalarda sağlık kurumlarında verilen hizmetlerden memnun olarak ayrılmanın farklı boyutları bulunmaktadır. Bunlar, kurum tarafından verilen hizmetin kalite derecesi, geçmiş yaşantıları, demografik özellikleri, tutumu, kurumdan beklenen fayda, hastanelerin fiziki özellikleri, personel tutumları, tavsiye edilebilirliği, yönetim ve hasta arasındaki ilişki, fiyatlandırma politikaları gibi birçok neden etki etmektedir.<sup>129</sup>

Sağlık hizmetleri alanında müşteri memnuniyeti ilk olarak hemşireler üzerinde Amerika'da değerlendirmeye alınmıştır. Günümüzde gelişmiş ülkelerin birçoğunda müşteri memnuniyeti sağlık kurumlarında üzerinde ciddi derecede çalışılan konular içerisinde yer almaktadır.<sup>130</sup>

Geniş bir açıdan sağlık hizmetleri kapsamında değerlendirilen müşteri memnuniyeti sağlık kurumları için zor ve hassaslık gerektiren bir konudur. Bunun en önemli nedeni de yapılmış olan araştırmaların hasta beklentilerinin ve memnun olma düzeyleri arasında doğrusal bir etkinin olmamasından kaynaklanmaktadır.<sup>131</sup>

Eğer bir sağlık kurumu verilen hizmetler doğrultusunda kuruma gelen müşterilerin memnun olarak ayrılmasını istiyorsa iki konuya özen göstermesi gerekmektedir. Bunlar, gerekli görülen tedavinin uygulanmasında en uygun sağlık hizmetlerinin sağlanması ve müşterilerin

---

<sup>127</sup> Ganimet Nilay Serbest, Sağlık Sektöründe Hizmet Kalitesi ve Müşteri Tatminini Ölçerek Davranışlar Üzerinde Eskisinin Bulunmasına Yönelik Model Çalışması, Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 2006, (**Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**).

<sup>128</sup> Ünal, a.g.e., s. 28.

<sup>129</sup> Aygül Yanık, Sağlık Bakım Hizmetlerinde Hasta Bakım Tatmin ve Haydarpaşa Numune Eğitim ve Araştırma Hastanesinde Hasta Tatmini Üzerine Bir Araştırma, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2000, (**Yayımlanmamış Doktora Tezi**).

<sup>130</sup> Ejder Apay, "Bir Üniversite Hastanesinde Yatan Hastaların Tatmin Olma Düzeyleri", *TAF Preventive Medicine Bulletin*, Sayı: 8(3), 2009.

<sup>131</sup> Ünal, a.g.e., s. 28.

haklarının, gereksinimlerinin, isteklerinin ve arzularının onların istedikleri şekilde karşılanması gerçeğidir.<sup>132</sup>

#### **4.2.1. Sağlık Kurumlarında Müşteri Memnuniyetini Etkileyen Faktörler**

Sağlık kurumlarından hizmet alan hastaların memnun olmaları, kurumlardan sağladıkları fayda ile doğru orantılı olarak ilerlemektedir. Sunulan hizmet kalitesi ve memnuniyetin sağlanmasında belirlenecek stratejilerde en büyük pay hastane yönetimine düşmektedir. Yöneticiler kurum çalışanları ile fikir alışverişi yaparak kurumun içerisindeki aksaklıkların ve memnuniyeti etkileyen faktörlerin belirlenmesinde etkin rol oynamaktadır.<sup>133</sup> Aşağıda başlıklar halinde müşteri memnuniyeti ile ilişkilendirilen konular anlatılmıştır.

##### **4.2.1.1. Sağlık Çalışanları ve Müşteri (Hasta) Etkileşimi**

Sağlık hizmetleri bir ekip çalışması ile gerçekleştirilmektedir. Farklı birimler ortak bir amaç için çaba göstermektedir. Müşterilere kaliteli bir hizmet sunumunda bütün personellere sorumluluk düşmektedir. Müşterilere sunulan hizmette herhangi bir olumsuzluk ya da aksaklık yaşanırsa bu durumdan bütün birimler etkilenmektedir. Yaşanan bu olumsuzluklar kurumların marka imajlarına ters etki yapmasına neden olmakta ve tekrar tercih etme olasılığını düşürmektedir.<sup>134</sup>

Bir sağlık kurumu her ne kadar son teknolojik makineleri kullanıyor olursa olsun, eğer sunulan hizmet kaliteli değilse bu teknolojik destekler müşteri memnuniyetinde tek başına işe yaramayacaktır. Sağlanan hizmetin her basamağı dikkatli bir şekilde incelenmeli ve kurum-hasta arasındaki ilişki hiçbir zaman kopartılmamalıdır.<sup>135</sup>

##### **4.2.1.2. Doktorların Hastalara Karşı Tutumları**

Sağlık kurumlarında görev yapan doktor-hekimlerin hastalar üzerinde ilişki kurma becerilerinin hastaların memnuniyet düzeylerine doğrudan etki yapmaktadır. Günümüzde hastalar doktorların bilgi ve becerilerinden ziyade kendilerine karşı olan tutumlarına göre onları yargılamakta ve doktoru iyi ya da kötü diye bu kritere göre nitelendirmektedir.<sup>136</sup>

Sağlık hizmeti veren doktorların tutum ve davranışları, özellikle onları dinleme, hastalıklarına karşı duyarlı olma, gerekli görülen zamanın ayrılması ve her bireyi ayrı ayrı saygı

<sup>132</sup> Ünal, a.g.e., s. 29.

<sup>133</sup> Kısa, a.g.e., s.282.

<sup>134</sup> Yanık, a.g.e., s. 64.

<sup>135</sup> Şebnem Korkmaz, Sağlık Kuruluşlarında İnsan Kaynakları Yönetimi Uygulamaları ve Konuya İlişkin İstanbul İl Sınırları İçinde Yer Alan 50 Yatak ve Üstü Kapasiteli Özel Sektör Hastanelerinde Bir Araştırma, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2003, (**Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**).

<sup>136</sup> Kısa ,a.g.e., s. 283

sınırları içerisinde bireysel farklılıklarını gözetererek değerlendirmesi hastaları için büyük önem taşımaktadır. Bu davranışlar hastaların memnuniyetlerini belirlemede etkili olan faktörler arasında yer almaktadır.<sup>137</sup>

#### **4.2.1.3. Hemşirelerin Hastalara Karşı Tutumları**

Sağlık kurumlarında hastaların en çok birebir ilişki kurdukları ve yardım aldıkları personellerin başında hemşireler gelmektedir. Bundan dolayı da bir kurumda hemşirenin müşteri memnuniyetindeki etkisi azımsanmayacak derecede önemlidir. Hemşireler verilen hizmetin yanı sıra hastalara ayrıca yardımcı olmaktadır. Bu yardım sayesinde hastalar kurumdan memnun kalabilir ya da aksine memnun olmadan da kurumdan ayrılabilir.<sup>138</sup>

#### **4.2.1.4. Hastaların Bilgilendirilmesi (Danışma Hizmeti)**

Hastaların bilgilendirilmesi kurum içerisinde nasıl davranacağını bilmediği yerleri kısa zamanda kolay bir şekilde bulabilmesi çok önemlidir. Hastaların bilgilendirmesi 2 basamakta gerçekleşmektedir. Birincisi doktorun doğrudan hastalık açısından açıklayıcı ve anlaşılır şekilde kendisine gerekli olan tedavinin nasıl yapılacağı ve yerine getirmesi gereken sorumlulukların aktarılması konusudur.<sup>139</sup>

Bir başka nokta ise kurum içerisinde belirlenmiş noktalarda görev yapan danışma birimlerinin hastaları yönlendirmeleridir. Genellikle bu kişilerin görev yaptıkları yerler sağlık kurumunun giriş kısmında bulunan ve belirli aralıklarla oluşturulan danışma hizmetleri olarak adlandırılabilir.

#### **4.2.1.5. Yeme-İçme Servisleri**

Sağlık kurumlarında verilen hizmetlerin değerlendirilmesine yönelik yapılan araştırmalarda elde edilen sonuçların büyük bir kısmında hastalar sağlık kurumlarının yemekhane servislerine özellikle dikkat etmekte ve müşteri memnuniyetinin oluşmasında büyük paya sahiptir.<sup>140</sup>

Hastalar sadece verilen yemeğin kalitesine göre değerlendirmelerde bulunmamaktadır. Aynı zamanda servis eden personelin dış görünüşü, verilen yemeğin sunuş biçimi, temizliği ve hijyeni gibi farklı kriterleri de değerlendirmektedir. Kurum içerisinde tedavi gören hastaların en

<sup>137</sup> Korkmaz, a.g.e., s.1

<sup>138</sup> Nefiye Tatarlı, Sağlık Hizmetlerinde Hasta Tatminini Etkileyen Unsurlar ve Sağlık Sektöründe Bir Uygulama, Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bolu, 2007, (**Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**).

<sup>139</sup> Kısa ,a.g.e., s. 283.

<sup>140</sup> Sibel Gök ve Mustafa Taşlıyan, "Kamu ve Özel Hastanelerde Hasta Memnuniyeti", **Kahramanmaraş Sütçü İmam İBFF Dergisi**, Sayı:2, 2012.

çok şikâyet ettikleri noktaların başında yemekhane hizmetleri gelmektedir. Tedavi gören hastaların genellikle diyet yemek yemeleri onların bu bakış açısının değişmesinde etkili olmaktadır.<sup>141</sup>

#### **4.2.1.6. Sağlık Kurumunun Fiziki Yapısı**

Sağlık kurumlarının ve içerisinde yer alan odaların fiziki koşulları bireylerin özellikle dikkat ettikleri ve memnuniyetlerini dile getirdikleri boyutlar arasında yer almaktadır. Hastaların büyük bir bölümünün şikâyetçi oldukları noktaları, odaların yetersiz olması, içerisinde yatan hasta sayısının çok olması, bakımsız bir görünüme sahip olması kurumdan tatmin olmama gibi sorunlara yol açan faktörler arasında değerlendirilmektedir. Kurumların fiziksel ortamları kurumdan hizmet almadan ilk düşüncenin ortaya çıktığı bir durum olduğu için özellikle üzerinde durulması gerekmektedir.<sup>142</sup>

#### **4.2.1.7. Hastanelerdeki Bekleme Süreleri**

Müşteri memnuniyetini etkileyen en önemli faktörlerden biriside kurum içerisinde ortaya çıkan bürokratik engellerdir. Bundan dolayı oluşan zaman kayıpları ve uzun kuyruklar hastaların geçirmiş oldukları rahatsızlıklarda göz önüne alındığında ciddi bir sorun oluşturduğu bilinmektedir. Çoğu hastanede yaşanan hasta yatış ve çıkış işlemleri sırasında yaşanan yoğunluk ve uzun bekleme süreleri hastaları ciddi derece bunalmaktadır. Uzun bekleme süreleri hastaları mutsuz ederek onların memnuniyet düzeylerine de doğrudan etki etmektedir.<sup>143</sup>

#### **4.2.1.8. Güven Ortamı**

Sağlık kurumları genellikle hastaların yabancılik çektikleri ve uyum sorunlarının yaşandığı işletmeler arasında yer almaktadır. Ortaya çıkan uyum sorunu ne kadar kısa sürede çözülürse hasta o derece kurumdan memnun kalmaktadır. Birçok araştırma konusunda da yer verilen doktorlara ve kuruma duyulan güven hissi dikkat edilmesi gereken faktörler arasında yer almaktadır. Tedavi olmaya gelen hastalar kendi tedavilerine karar veremedikleri için hekimlere güvenmek istemektedir. Bundan dolayı da kuruma ve hekimlere karşı olumu yönde geliştirilen güven duygusu hem hasta için hem de hastane için gerekli görülen boyutlar arasında yer almaktadır.<sup>144</sup>

---

<sup>141</sup> Tatarlı, a.g.e., s. 56.

<sup>142</sup> Efsun Ezel Esatoğlu, Hastanelerde Hasta Tatmininin Hastane Yönetimi Açısından Değerlendirilmesi ve Kullanıma Yönelik Model Önerisi, Hacettepe Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 1997, (**Yayımlanmamış Doktora Tezi**).

<sup>143</sup> Esatoğlu, a.g.e., s. 64.

<sup>144</sup> Gök ve Taşlıyan, a.g.e., s. 79

### 4.3. Sağlık Turizminde Hasta (Müşteri) Memnuniyetinin Önemi

Sağlık sektöründe sunulan hizmetin sonucunda ortaya çıkacak olan memnuniyet düzeyi son dönemlerde büyük önem kazanan ve gelişme gösteren konular arasında yer almaktadır. Araştırma konumuz kapsamında sağlık turizmi hizmeti sunan kurumlar açısından müşteri memnuniyeti de rekabet koşullarına dayanabilme ve sektörde öncü markalar arasında yer almak noktasında büyük bir öneme sahiptir.

Hizmet veren sağlık kurumlarının geniş kitlelere hitap etmesi ve karışık müşteri kitlesine sahip olması kurumların kaliteli ve etkili hizmet sunumlarında dikkat etmesi gereken konulardan birisidir. Sağlık hizmeti alan kurumlarda sadece hastalar göz önünde bulundurulmamalı ve sürece dâhil olan herkes eşit olarak değerlendirilmesi gerekmektedir.<sup>145</sup>

Hayatımızın her alanında sergilemiş olduğumuz tüketici davranışları hastalandığımız zamanda da sergilediğimiz davranışlarla bire bir örtüşmektedir. Geçmişte yaşanan tecrübeler ve elde edilen bilgiler doğrultusunda hizmet almak istediğimiz kurumu doğrudan seçme hakkımız bulunmaktadır. Eğer bir önceki seferde tercih ettiğimiz kurumu tekrardan tercih ediyor ve bu durumu tekrarlıyorsak o kuruma karşı bir memnuniyet ve sadakat oluşmuş ve bundan dolayı gidiyoruz demektir.<sup>146</sup>

Müşteri memnuniyeti kurumların vermiş oldukları hizmetin kalitesinin değerlendirilmesinde kullanılan temel faktörlerden biri olarak görülmektedir. Aynı zamanda sağlık hizmetlerinin denenebilir bir özelliğinin bulunmaması da özellikle kurum hakkında bir karar varılmadan önce teknik olmayan unsurların dikkate alınarak bir hükme varılmasına neden olmaktadır.<sup>147</sup>

Yukarıdaki ifadelerden yola çıkarak bizde araştırmamızda sağlık turizmi kapsamında verilen hizmetlerin müşteri memnuniyetine etkisini belirlemek amacıyla yapmış olduğumuz bu araştırmada şu faktörleri göz önünde bulundurarak müşteri memnuniyetini açıklamaya çalışacağız. Bu faktörler, kurumda hizmet veren personele karşı hissedilen güven, kurumların fiziksel özellikleri, personel tutumları, kurumun fiyatlandırma politikaları, temizliğine verilen önem, yeme-içme hizmetleri, danışma hizmetleri ve kat hizmetleri olarak belirlenmiştir.

<sup>145</sup> Ali Özer ve Enver Çakır, "Sağlık Hizmetlerinde Hasta Memnuniyetini Etkileyen Faktörler", *Tıp Araştırmaları Dergisi*, Sayı: 5(3), 2007..

<sup>146</sup> Yavuz Odabaşı, *Sağlık Hizmetleri Pazarlaması*, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir 2004.

<sup>147</sup> Nuray Uzkesici, *Sağlık Kurumları Yönetimi*, Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Yayınları, Eskişehir, 2002.

## BEŞİNCİ BÖLÜM

### ARAŞTIRMANIN BULGULARI

#### 5.1. Araştırmanın Amacı

Sağlık turizminde devamlı olarak artan rekabet koşulları işletmelerin hizmet kalitelerini ve hastaların müşteri memnuniyetini etkileyen en önemli faktörler arasında yer almaktadır. Yapılan araştırma kapsamında İç Anadolu Bölgesinde Faaliyet gösteren ve bu yerlerde sağlık turizmi kapsamında hizmet alan kişilerin müşteri memnuniyet düzeylerini belirleyerek hizmet kalitesine ne derece etki ettiklerini tespit etmek amaçlanmıştır.

#### 5.2. Araştırmanın Önemi

Hemen hemen her işletme için hizmet kalitesi büyük önem arz etmektedir. Özellikle gelişen ve değişen dünya standartlarında işletmelerin ayakta kalabilmeleri için müşterilere sunulan hizmetin ciddi derecede gelişmesi ve önemsenmesi gerekmektedir. Sağlık turizmi kapsamında Türkiye'nin Avrupa ülkeleri arasında ciddi bir konuma gelmesinde de sağlık hizmeti veren kurumların hizmet faktörleri büyük önem taşımaktadır. Sağlık turizmi faaliyetinde bulunan kurumların vermiş oldukları hizmetin kalitesi ile algılanan müşteri memnuniyeti arasındaki ilişkinin belirlenmesi ve bunun sonucunda da rekabet edilen diğer ülkelere göre sağlık turizmine katkı sağlaması doğrultusunda hedefler belirlenmiştir. Bundan dolayı araştırmanın diğer araştırmacılara yol göstermesi gerekliliği de göz önünde bulundurularak gerekli görülen bulgular Türkiye'nin sağlık turizmi alanında tanıtılması noktasında bütün paydaşlara ışık tutacaktır.

#### 5.3. Araştırmada Evren ve Örneklem

İç Anadolu bölgesinde faaliyet gösteren sağlık turizmi faaliyetinde bulunan işletmelerde tedavi gören ya da hizmet alan 216 hastaya (Müşteriye) ulaşılmıştır. Örneklem seçiminde tesadüfi örneklem seçme yöntemi kullanılmıştır ve araştırmaya katılmayı kabul eden hastalara anketler uygulanarak sorular dağıtılmıştır. Anket kapsamında bazı anketler araştırmaya dâhil edilmemiştir. Bunun nedeni ise bazı bilgilerin eksik ve yanlış doldurulmasından kaynaklanmaktadır.

#### 5.4. Veri Toplama Aracı ve Yöntemi

Araştırmada verileri toplamak için yapılan araştırmalar sonucunda anket kullanılması kararlaştırılmıştır. Araştırmamızda kullanılan anket 2 bölümden oluşmaktadır. Anketin birinci

bölümünde araştırmaya katılan katılımcıların demografik özelliklerini belirlemek amacı ile literatür taranarak hazırlanan kişisel bilgi formuna yer verilmiştir. İkinci kısmında ise aynı şekilde yine literatür taranarak hazırlanan ve katılımcıların sağlık turizmi faaliyetinde bulunan işletmelerin müşterilere vermiş oldukları hizmetin kalitesini ve memnuniyet derecelerini belirleyen tutum ölçeğini yer verilmiştir. Bu tutum ölçeğinde toplam 47 soru yer almakta ve 5'li likert tipi ölçek kullanılmıştır. Soruların derecelendirmesi "kesinlikle katılmıyorum, katılmıyorum, ne katılıyorum ne katılmıyorum, katılıyorum, kesinlikle katılıyorum" şeklinde yapılmıştır. Hizmet kalitesini belirlemek için hazırlanan ankette Çakıcı (1988) tarafından geliştirilen ve Yüksek (2002) tarafından hizmet kalitesine farklı boyutlarda eklenen hizmet kalitesi ölçeği kullanılmıştır. Ankette hizmet kalitesinin boyutları olarak; danışma hizmetleri, kat hizmetleri, yemekhane hizmetleri, temizlik hizmetleri, kurumun fiziksel yapısı, güven duygusu, fiyatlandırma politikası, yönetici tutumu olarak belirlenmiştir.

Aynı zamanda araştırma yabancı müşterilere de uygulanacağı için farklı dillere de çevrilerek ekte gösterilmiştir.

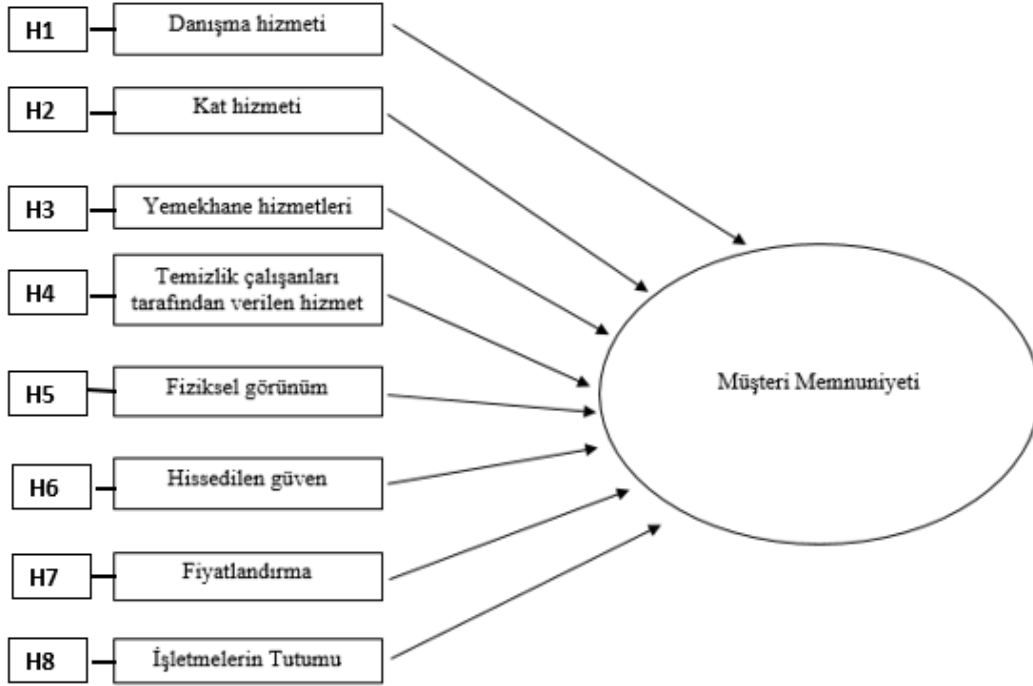
Araştırma 22.04.2018-02.05.2018 tarihleri arasında İç Anadolu bölgesinde sağlık turizmi hizmeti veren kurumlardan izin alınarak çalışmaya başlanmıştır. Sağlık turizmi hizmeti veren kurumlar arasında saç ekim merkezi, termal turizm hizmeti veren kaplıcalar ve konaklama yerleri, tedavi amacı ile medikal turizm hizmetlerinin sunulduğu bazı özel kuruluşlardan hizmet alan ve araştırmaya katılmayı kabul eden müşterilere dağıtılarak gerçekleştirilmiştir.

## **5.5. Verilerin Analizi**

Katılımcıların anket sorularına vermiş oldukları cevaplar doğrultusunda kurulan hipotezlerin analizi için istatistiksel analizler Spss 22 programı ile belirlenmiştir. Öncelikli olarak hizmet kalitesi boyutları ile müşteri memnuniyeti arasındaki etkiyi belirlemek için regresyon analizi yapılmıştır. Etki düzeyi belirlenirken  $p < 0.05$  anlamlılık derecesi dikkate alınmıştır. Ayrıca katılımcıların demografik bilgileri doğrultusunda frekans, yüzde analizleri de yapılmıştır.



## 5.6. Araştırmanın Modeli



Şekil 5.1. Araştırmanın Modeli

## 5.7. Hipotezler

Araştırma kapsamında kurulan ve denenecek olan hipotezler aşağıda belirtilmiştir.

H<sub>1</sub> Hizmet kalitesi boyutlarından danışma hizmetinin müşteri memnuniyetine anlamlı bir etkisi vardır.

H<sub>2</sub> Hizmet kalitesi boyutlarından kat hizmetlerinin müşteri memnuniyetine anlamlı bir etkisi vardır.

H<sub>3</sub> Hizmet kalitesi boyutlarından yemekhane hizmetlerinin müşteri memnuniyetine anlamlı bir etkisi vardır.

H<sub>4</sub> Hizmet kalitesi boyutlarından temizlik hizmetlerinin müşteri memnuniyetine anlamlı bir etkisi vardır.

H<sub>5</sub> Hizmet kalitesi boyutlarından kurumun fiziki yapısının müşteri memnuniyetine anlamlı bir etkisi vardır.

H<sub>6</sub> Hizmet kalitesi boyutlarından kurum personellerine duyulan güvenin müşteri memnuniyetine anlamlı bir etkisi vardır.

H<sub>7</sub> Hizmet kalitesi boyutlarından işletmelerin fiyatlandırma politikalarının müşteri memnuniyetine anlamlı bir etkisi vardır.

H<sub>8</sub> Hizmet kalitesi boyutlarından işletme yönetiminin misafirlerine karşı tutumunun müşteri memnuniyetine anlamlı bir etkisi bulunmaktadır.

## 5.8. Güvenirlik Analizi

**Tablo 5.1.** Anketin Güvenirlik Analizi

<i>DEĞİŞKENLER</i>	<i>Soru sayısı</i>	<i>Cronbach's Alfa</i>
<i>Danışma Hizmeti</i>	7	,920
<i>Kat Hizmetleri</i>	4	,736
<i>Yemekhane Hizmetleri</i>	5	,730
<i>Temizlik Hizmetleri</i>	6	,917
<i>Kurumun Fiziki Yapısı</i>	5	,820
<i>Güven</i>	4	,738
<i>Fiyatlandırma</i>	4	,872
<i>Yöneticilerin Tutumu</i>	5	,732
<i>Müşteri Memnuniyeti</i>	7	,899
<i>Genel</i>	47	,957

Yukarıdaki tablo incelendiğinde hizmet kalitesinin müşteri memnuniyetine etkisini belirlemek amacı ile yapılan anketin güvenilirlik katsayıları görülmektedir. Alt boyutları ile genel durumu değerlendirildiğinde anketin yeterince güvenilir olduğu görülmektedir. Bir anketin güvenilir olması için taşınması gereken en önemli şartlardan birisi Cronbach's Alpha değerinin 0,7 değerinden yüksek olmasıdır. Çalışmada kullandığımız anket için kıyaslama yapıldığında hem alt boyutlar hem de genel durumdaki değer 0,7'den büyüktür.

Yapılan araştırmada sağlık turizminde hizmet sunan sağlık kuruluşlarının hizmet kalitelerinin ve müşteri memnuniyetine etkilerinin ne düzeyde olduğunun belirlemek amacı ile kullanılan ölçeğe aşağıdaki faktör analiz işlemleri yapılmıştır. Faktör analizinin uygulanabilirliğinin belirlenmesi ve yeterliliklerinin belirlenmesi için Kmo ve Bartlett's testleri yapılmış ve aynı zamanda faktör yükleri hesaplanmıştır.

Araştırma kapsamında belirlenen müşteri memnuniyeti ile hizmet kalitesi değişkeninin alt boyutlarından olan 9 faktörün ölçümleri ve faktör yükleri aşağıda belirtilmiştir.

**Tablo 5.2.** Danışma Hizmeti Faktörüne İlişkin Sonuçlar

SORULAR	KMO VE BARTLETT'S TEST KATSAYILARI	FAKTÖR YÜKLERİ
S1	,908 p= ,000	,743
S2		,788
S3		,837
S4		,842
S5		,868
S6		,856
S7		,855

**Tablo 5.3.** Kat Hizmeti Faktörüne İlişkin Sonuçlar

SORULAR	KMO VE BARTLETT'S TEST KATSAYILARI	FAKTÖR YÜKLERİ
S8	,785 P= ,000	,770
S9		,751
S10		,685
S11		,809

**Tablo 5.4.** Yemekhane Faktörüne İlişkin Sonuçlar

SORULAR	KMO VE BARTLETT'S TEST KATSAYILARI	FAKTÖR YÜKLERİ
S12	,707 P=,000	,532
S13		,661
S14		,788
S15		,794
S16		,842

**Tablo 5.5.** Temizlik Hizmetlerine Faktörüne İlişkin Sonuçlar

SORULAR	KMO VE BARTLETT'S TEST KATSAYILARI	FAKTÖR YÜKLERİ
S17	,905 P=,000	,856
S18		,854
S19		,824
S20		,904
S21		,740
S22		,870

**Tablo 5.6.** Kurumun Fiziki Yapısı Faktörüne İlişkin Sonuçlar

SORULAR	KMO VE BARTLETT'S TEST KATSAYILARI	FAKTÖR YÜKLERİ
S23	,793 P=,000	,799
S24		,811
S25		,734
S26		,762
S27		,716

**Tablo 5.7.** Müşteri Memnuniyeti Faktörüne İlişkin Sonuçlar

SORULAR	KMO VE BARTLETT'S TEST KATSAYILARI	FAKTÖR YÜKLERİ
S28	,907 P=,000	,503
S29		,890
S30		,723
S31		,796
S32		,747
S33		,851
S34		,858

**Tablo 5.8.** Hissedilen Güven Faktörüne İlişkin Sonuçlar

SORULAR	KMO VE BARTLETT'S TEST KATSAYILARI	FAKTÖR YÜKLERİ
S35	,731 P=,000	,596
S36		,814
S37		,827
S38		,875

**Tablo 5.9.** Fiyatlandırma Politikası Faktörüne İlişkin Sonuçlar

SORULAR	KMO VE BARTLETT'S TEST KATSAYILARI	FAKTÖR YÜKLERİ
S39	,707 P=,000	,747
S40		,677
S41		,752
S42		,620

**Tablo 5.10.** Yönetici Tutumu Faktörüne İlişkin Sonuçlar

SORULAR	KMO VE BARTLETT'S TEST KATSAYILARI	FAKTÖR YÜKLERİ
S43	,738 P=,000	,636
S44		,758
S45		,805
S46		,810
S47		,842

Yapılan faktör analizleri sonucunda elde edilen bilgiler doğrultusunda araştırma ölçeğinde kullanılan soruların hepsinin kabul edilen değer aralığında olduğu görülmektedir. Bundan dolayı da araştırmaya istatistiksel analizlerle devam edilmiştir.

## 5.9. İstatistiksel Analizler

### 5.9.1. Araştırmaya Katılan Katılımcıların Frekans ve Yüzde Dağılımları

Araştırmanın bu kısmında ankete katılan katılımcıların demografik özellikleri doğrultusunda kişisel bilgilere vermiş oldukları cevaplar analiz edilerek frekans ve yüzde analizleri gerçekleştirilmiştir.

**Tablo 5.11.** Katılımcıların Cinsiyet Dağılımları

<i>Cinsiyet</i>	<i>N</i>	<i>f(%)</i>
<i>Bayan</i>	112	52,1
<i>Erkek</i>	104	47,9

Araştırmaya katılan katılımcıların cinsiyete göre yapılan dağılımlarında yukarıda da görüldüğü gibi katılımcıların %52,1'ini bayanlar geri kalan %47,9'luk kısmı da erkekler oluşturmaktadır.

**Tablo 5.12.** Katılımcıların Yaş Dağılımları

<i>Yaş</i>	<i>N</i>	<i>f(%)</i>
<i>18-25</i>	41	%19
<i>26-33</i>	70	%32,4
<i>34-41</i>	35	%16,2
<i>42-51</i>	30	%13,9
<i>52 ve üzeri</i>	40	%18,5

Araştırmaya katılan katılımcıların %19'u 18-25 yaş aralığında, %32,4'ü 26-33 yaş aralığında %16,2'si 34-41 yaş aralığında, %13,9'u 42-51 yaş aralığında ve geriye kalan %18,5'i ise 52 ve üzeri yaşa sahiptir. Tablodan da görüldüğü gibi katılımcıların büyük bir bölümü 26-33 yaş aralığına sahip müşterilerden oluşmaktadır.

**Tablo 5.13.** Katılımcıların Medeni Durum Dağılımları

<i>Medeni Durum</i>	<i>N</i>	<i>f(%)</i>
<i>Evli</i>	85	%39,4
<i>Bekâr</i>	131	%60,6

Araştırmaya katılan katılımcıların %60,6'sı bekâr iken geriye kalan %39,4'i ise evli katılımcılardan oluşmaktadır.

**Tablo 5.14.** Katılımcıların Eğitim Durumu Dağılımları

Eğitim Durumu	N	f(%)
İlköğretim	32	%14,8
Lise	74	%34,3
Ön Lisans	25	%11,6
Lisans	35	%16,2
Yüksek Lisans	50	%23,1

Katılımcıların %14,8'i ilköğretim, %34,3'ü lise, %11,6'sı ön lisans, %16,2'si lisans ve %23,1'i yüksek lisans mezunu olduğu görülmektedir. Araştırmaya katılan katılımcıların büyük bir bölümünü lise mezunlarını oluşturmaktadır.

**Tablo 5.15.** Aynı Kurumdan Hizmet Alanların Dağılımı

Daha Önce Aynı Kurumunda Hizmet Aldınız mı?	N	f(%)
Evet	126	58,3
Hayır	90	41,7

Yukarıdaki tablo incelendiğinde katılımcıların %58,3'ü daha öncesinde aynı sağlık kurumundan hizmet aldığını söylerken geri kalan %41,7'si ilk defa kurumdan hizmet aldığını belirtmektedir.

**Tablo 5.16.** Katılımcıların Uyruklarına Göre Dağılımları

Uyruk	N	F(%)
Türkiye	37	%17,1
Almanya	23	%10,6
Arabistan	40	%18,5
Rusya	12	%5,6
Fransa	11	%5,1
Ukrayna	15	%6,9
Azerbaycan	25	%11,6
İran	31	%14,4
Bulgaristan	13	%6
Diğer ülkeler	9	%4,2

Sağlık turizmi faaliyetleri kapsamında tedavi olmak amacı ile buldukları ülkelerden ya da illerden ayrılarak sağlık turizminden faydalanan katılımcıların uyruklarına göre

dağılımları yukarıdaki tabloda incelendiğinde katılımcıların %17,1'i Türkiye, %10,6'sı Almanya, %18,5'i Arabistan, %5,6'sı Rusya, %5,1'i Fransa, %6,9'u Ukrayna, %11,6'sı Azerbaycan, %14,4'ü İran, %6'sı Bulgaristan ve geriye kalan %4,2'lik kısımda farklı ülkelerden gelmektedir. Tablodan da anlaşılacağı üzere Türkiye'ye sağlık turizminden faydalanmak için gelen çoğu katılımcının Arabistan'dan geldiği söylenebilir.

### 5.9.2. Hizmet Kalitesi Boyutlarının Müşteri Memnuniyetine Etkiye İlişkin Regresyon Analiz Sonuçları

Araştırmanın bu kısmında elde edilen sonuçlar doğrultusunda kurulan hipotezler test edilecektir. Bunun için Spss 22 programında yer alan bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki etkiyi görmek için çoklu regresyon analizinden yararlanılmıştır.

**Tablo 5.17. Çoklu Regresyon Analiz Sonuçları**

MODEL	STANDART LAŞMAMIŞ KATSAYIL AR	P	95% GÜVEN ARALIĞI B	
	B		Alt sınır	Üst sınır
DANIŞMA HİZMETİ	,434	,000**	,308	,560
KAT HİZMETLERİ	-,111	,022**	-,206	-,017
YEMEKHANE HİZMETLERİ	-,062	,281	-,175	,051
TEMİZLİK HİZMETLERİ	-,021	,753	-,153	,111
FİZİKİ ORTAM	,003	,940	-,074	,080
PERSENELE GÜVEN	,218	,000**	,130	,307
FİYATLANDIRMA	,133	,001**	,058	,207
YÖNETİCİ TUTUMU	,402	,000**	,330	,474

Araştırmanın modelinde hizmet kalitesine ilişkin olarak belirlenen alt boyutlardan danışma hizmeti, personele duyulan güven, yönetici tutumu, fiyatlandırma ve kat hizmetleri sıralaması ile etki düzeyleri belirlenmiştir.

Tablo 18'deki veriler incelendiğinde araştırma kapsamında kurulan hipotezler ve sonuçları şu şekilde yorumlanmaktadır.

H<sub>1</sub> hizmet kalitesi boyutlarından danışma hizmetinin müşteri memnuniyetine anlamlı bir etkisi vardır hipotezi kabul edilmiştir (p<0,05).



H<sub>2</sub> hizmet kalitesi boyutlarından kat hizmetlerinin müşteri memnuniyetine anlamlı bir etkisi vardır hipotezi kabul edilmiştir ( $p < 0,05$ ).

H<sub>3</sub> hizmet kalitesi boyutlarından yemekhane hizmetlerinin müşteri memnuniyetine anlamlı bir etkisi vardır hipotezi reddedilmiştir ( $p > 0,05$ ).

H<sub>4</sub> hizmet kalitesi boyutlarından temizlik hizmetlerinin müşteri memnuniyetine anlamlı bir etkisi vardır hipotezi reddedilmiştir ( $p > 0,05$ ).

H<sub>5</sub> hizmet kalitesi boyutlarından kurumun fiziki yapısının müşteri memnuniyetine anlamlı bir etkisi vardır hipotezi reddedilmiştir ( $p > 0,05$ ).

H<sub>6</sub> hizmet kalitesi boyutlarından kurum personeline duyulan güvenin müşteri memnuniyetine anlamlı bir etkisi vardır hipotezi kabul edilmiştir ( $p < 0,05$ ).

H<sub>7</sub> hizmet kalitesi boyutlarından işletmelerin fiyatlandırma politikalarının müşteri memnuniyetine anlamlı bir etkisi vardır hipotezi kabul edilmiştir ( $p < 0,05$ ).

H<sub>8</sub> hizmet kalitesi boyutlarından işletme yönetiminin misafirlerine karşı tutumunun müşteri memnuniyetine anlamlı bir etkisi vardır hipotezi kabul edilmiştir ( $p < 0,05$ ).

Yapılan araştırma sonucunda elde edilen regresyon analiz tablosu değerleri doğrultusunda araştırmaya katılan katılımcıların verdikleri cevaplar incelendiğinde sağlık turizmi kapsamında hizmet alan hastaların (müşterilerin) sağlık kurumlarının vermiş oldukları hizmetlerinden özellikle danışma hizmeti, kat hizmeti, kurumun fiziki yapısı, fiyatlandırma politikaları, yönetici tutumu gibi faktörlere karşı daha duyarlı oldukları görülmektedir. Kısacası hizmet kalitesinin bu boyutlarının müşterilerde müşteri memnuniyetinin oluşmasında etken faktörler olduğu düşünülmektedir.

## SONUÇ

Sağlık hizmetleri ve sağlık turizmi karmaşık bir yapısı bulunan hizmet sektörleri arasında yer almaktadır. Özellikle sağlık sektöründe yaşanan değişimler ve teknolojik yenilikler hizmet sunan kurumlar arasında ciddi rekabetin yaşanmasına neden olmaktadır. Sağlık hizmetlerini ve sağlık turizmini diğer sektörlerden ayıran en temel özellik ve daha karmaşık bir yapıda bulunmasına neden olan etmen insan hayatı ile doğrudan ilgilenmesi ve yaşamın vazgeçilmez hizmetleri arasında yer almasıdır. Bundan dolayı da sağlık sektörü her zaman değişen ve gelişen bir yapıya sahiptir.

Sağlık hizmetleri kapsamında yapılan en küçük bir yanlış doğrudan insan hayatında ciddi sorunlara yol açabilir. Bundan dolayı da sağlık hizmetleri kapsamında sunulan hizmetlerin asla hatayı kabul etmemesi ve insan hayatına mal olabileceği düşünüldüğünden sunulan hizmetin kalitesinin ne derece önemli olduğu gözler önüne serilmektedir. Bundan dolayı da sağlık turizmi kapsamında faaliyet gösteren kurumlarında hem yurt içi hem de yurt dışından gelen hastaların istek ve ihtiyaçlarını karşılama noktasında üzerlerine düşen sorumlulukları yerine getirmesi gerekmektedir. Sağlık turizmi hizmeti sunan kurumların kalite anlayışına diğer sağlık kurumlarına nazaran daha dikkatli ve temkinli yaklaşması gerekmektedir. Bunun en temel nedeni de hizmet verirken özellikle yurt dışından gelen hastalara (müşterilere) aynı zamanda Türkiye'nin sağlık alanında nasıl geliştiği hakkında bilgi verici nitelikte olmasıdır.

Sağlık turizmi kapsamında yürütülen faaliyetler talep edilen bir hizmet unsuru olmayıp arz ile gerçekleşen bir hizmet sektörü olduğundan dolayı büyük bir öneme sahiptir. Bu alanlarda sunulan hizmetlerin kalitesine hastalar (müşteriler) daha fazla dikkat etmektedir. Bunun içinde kurum içerisinde çalışan personellerin en üst kademedeki en alt kademeye kadar hemen hemen her noktasında eğitilmiş ve işinde yetenekli kişilerden oluşan bir kadro ile çalışması kurumdan hizmet alan hastalarda (müşterilerde) müşteri memnuniyetinin oluşmasına neden olabilmektedir.

Sağlık turizminde yaşanan gelişmeler ve birçok ülkenin hedef pazarı haline gelen bu sektör müşteri memnuniyeti açısından da değerlendirilmesi gereken bir durum ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Sağlık turizminden yararlanmak isteyen hasta ya da müşteriler özellikle memnun kaldıkları kurumları tekrardan tercih etme ya da çevrelerindeki yakın kişilere referans olma gibi farklı faktörlere de etki etmektedir. Bundan dolayı da sağlık turizmi faaliyetlerinin müşteri memnuniyetine etkisinin belirlenmesi hem sektör açısından hem de ülke imajı açısından büyük öneme sahiptir.

Sağlık turizminden yararlanmak için ülkelerini bırakıp başka ülkelere seyahat eden hastalar için sunulacak olan hizmet kalitesi ciddi derecede önemlidir. Çünkü bu kişiler genellikle yüksek standartlara sahip ülkelere gelmekte ya da maddi durum olarak refah düzeyleri yüksek kişilerden oluşmaktadır. Bu da verilen hizmete dikkat eden kişiler anlamına gelmektedir.

Sağlık turizmine başvuran hastaların (müşterilerin) toplumun farklı kesimlerini temsil etmektedir. Bu bireylerin fiziksel, ruhsal ve bedensel beklentileri tamamen birbirinden farklıdır. Bu da müşteri memnuniyeti açısından ciddiyle irdelenmesi gereken ve her koşula uyum sağlayan sistematik bir yapının oluşmasına neden olmaktadır.

Sağlık turizmi için gelen hastaların sunulacak olan hizmeti öncesinde deneme imkânlarının olmaması sektör açısından büyük bir engel oluşturmaktadır. İşte bu nokta kurumların vermiş oldukları hizmetin kalitesi diğer hizmet sektörlerine nazaran daha maliyetli bir yapıya erişmesine neden olmaktadır. Bu da maliyeti yüksek bir hizmet ağının ortaya çıkmasını desteklemektedir.

Sağlık hizmetlerinin doğrudan insan hayatı ile ilgilenmesi hem de teknolojik ekipmanların yoğun olarak tedavi sürecinde kullanılmasından dolayı arzı son derece maliyet gerektiren bir sektördür. Sağlık hizmetinden faydalanan kişilerin memnuniyet dereceleri, kurumların hizmet kalitesi hakkında gerekli bilginin toplanmasında yardımcı bir gösterge olarak kabul edilmektedir. Bundan dolayı da kuruma gelen hastaların (müşterilerin) memnuniyet düzeylerinin belirlenmesi, müşterilerin istek ve beklentilerinin karşılanması sağlık turizmi işletmeleri açısından büyük öneme sahiptir. Yapılan çalışmada da sağlık turizmi kapsamında hizmet veren kurumların müşteriler açısından sunulan hizmete karşın ne derece de memnun olduklarının belirlenmesine yönelik olarak gerçekleştirilmiştir.

Araştırma kapsamında elde edilen bilgiler doğrultusunda İç Anadolu bölgesinde bulunan ve sağlık turizmi kapsamında hizmet sunan özel işletmeler üzerinde yapılan çalışma sonucunda, bu kurumlar tarafından sunulan hizmetlerin müşteri memnuniyetine etkisi ölçülmüştür.

Sağlık turizmi hizmeti sunan kurumların hizmet kalitesi boyutlarından olan danışma hizmetinin müşteri memnuniyetine anlamlı bir etkisinin olduğu gözlemlenmiştir ve H<sub>1</sub> hipotezi kabul edilmiştir. Bunun sonucunda kuruma gelen hastaların öncelikli olarak karşılaştıkları hizmetlerin başında danışma hizmetleri gelmektedir. İlk izlenim olarak görülen bu hizmet alanı müşterilerin doğru yönlendirilmesi açısından büyük önem arz etmektedir. Kurum konusunda yabancılaşan kişilerin yönlendirilmesinde ve gerekli olan bilgi aktarımının doğru yapılması durumunda kurum için büyük avantaj sağlayacaktır. Türkiye koşulları düşünüldüğünde sağlık

hizmeti unsurlarında hasta ve hasta yakınlarının öncelikli olarak dikkat ettiği konular arasında danışma hizmetleri gelmektedir.

Hizmet kalitesi boyutlarından olan kat hizmetleri ile müşteri memnuniyeti arasında anlamlı bir etkinin olduğu gözlemlenmiş ve H<sub>2</sub> hipotezi kabul edilmiştir. Sağlık kurumlarında hizmet veren kat görevlilerin yapmış oldukları iş genel olarak hastalar ile yakın ilişkiler kurularak gerçekleştirilmektedir. Bunların başında kalınan odaların temizlenmesi, herhangi bir konuda yardım alma gerekliliğinde sorumlu personellerin bulunması, ihtiyaç duyulan herhangi bir donanıma zamanında ulaşma gibi faktörler yer almaktadır. Bundan dolayı da ihtiyaçları zamanında karşılanan hastalar (müşteriler) kendileri ilgilenen personellerin varlıklarını bilmeleri kurumdan memnun kalmaları noktasında onları ciddi derecede etkilemektedir. Özellikle kat hizmetleri arasında yer alan ve görevleri hastaların sağlıkları ile ilgilenmek olan kat hemşirelerine de bu konuda büyük görev ve sorumluluk düşmektedir. Hastaların sağlık alanında gerekli görülen tedavi koşullarının uygulanmasında hekimlerden sonra en büyük uygulayıcılar kat hemşireleridir ve görevlerini eksiksiz yerine getirmeleri hastalar açısından hayati öneme sahiptir. İlaçların zamanında verilmesi, hastalara takılan serumların zamanında değiştirilmesi ve alması gereken tedavilerin kontrollerinin yapılması gibi birçok görevinin bulunması kat hizmetlerinin düzgün bir şekilde gerçekleştirilmesi gerekliliğini ön plana çıkarmaktadır.

Bir başka hizmet kalitesi boyutlarından olan yemekhane hizmetlerinin müşteri memnuniyetine anlamlı bir etkisinin olmadığı gözlemlenmiş ve H<sub>3</sub> hipotezi reddedilmiştir. Sağlık hizmeti alan hastaların (müşterilerin) büyük bir çoğunluğu aldıkları hizmet kapsamında yeme içme servislerinden çok fazla yararlanmamaktadır. Toplum genelinde oluşan ön yargılardan dolayı da yemeklere karşı her zaman bir ön yargı bulunmakta ve hastane yemekleri kötü çıkıyor izlenimi ortaya çıkmaktadır. Bundan dolayı da hizmet alan müşterilerin/hastaların bu konu üzerinde çok fazla durmadıkları gözlemlenmiştir. Sağlık kurumlarında hizmet veren yemekhane bölümü genellikle dışarıdan hizmet alan ve doğrudan sağlık kurumları ile ilişkilendirilen bölümler olarak düşünülmediğinde hastaların/müşterilerin memnuniyet derecelerinde bir etkisi olmadığı gözlemlenmiştir. Kurumlarda ameliyat olan ve belirli bir süre yeme içme imkânı bulunmayan hastaların sağlıklarına kavuşma sürecinde yemekhane hizmetlerinden çok fazla yararlanmamaları da göz önünde bulundurulduğunda müşteri memnuniyetine herhangi bir etkisinden söz etmek doğru olmayacaktır.

Temizlik hizmetlerinin müşteri memnuniyetine anlamlı bir etkisinin olup olmadığına bakıldığında aralarında anlamlı bir etkinin olmadığı gözlemlenmiş ve H<sub>4</sub> hipotezi reddedilmiştir. Sağlık kurumlarında hasta yoğunluğunun yaşanması ve devamlı olarak bir sirkülasyonun olması kurum içerisinde çalışan personel çokluğu gibi nedenler göz önüne alındığında bu

kurumların temizlik hizmetlerinde aksamaların yaşanacağı düşünülmekte ve bazı durumlarda temizlik hizmetinin aksadığı görülmektedir. Kurumlarda ciddi derece temizlik hizmetleri gerçekleştiriliyor olsa da özellikle lavaboların ve ortak kullanım alanlarının kullanıcılar tarafından da temiz kullanılmıyor olması sadece kurumun sorumluluğunda olmadığını ortak paydaşların bir arada hareket ederek üzerinde durması gereken konulardan birisi olarak değerlendirilmesi gerekliliği üzerinde durulmuştur. Temizlik olgusu başlı başına bir eğitim süreci olarak düşünüldüğünde kurum içerisinde hijyenin sağlanmış olması çok kısa bir sürede bu hijyenin ortadan kaybolması gibi olası riskleri içerisinde barındırmaktadır. Kurum her ne kadar ortak kullanım alanlarının temizliğine dikkat etse de ne yazık ki kullanıcıların aynı hassasiyeti göstermemeleri temizlik hizmetlerinin aksamasına ya da yapılan temizliğin gözükmemesine neden olacaktır. Bütün bu durumlar göz önüne alındığında sağlık kurumlarında hizmet alan hastaların/müşterilerin kurum tarafından verilen temizlik hizmeti ile müşteri memnuniyetine herhangi bir etkisinden bahsedilemediği gözlemlenmiştir.

Sağlık kurumlarında verilen hizmet boyutlarından bir diğeri olan kurumun fiziki yapısı ile müşteri memnuniyeti arasında anlamlı bir etkinin olmadığı gözlemlenmiş ve H<sub>5</sub> hipotezi reddedilmiştir. Hasta ve hasta yakınları sağlık kurumlarını tercih ederken öncelikli olarak kurumun fiziki yapısından ziyade kurum içerisinde çalışan hekimlerin tecrübe ve yeteneklerine dayalı tercih nedenleri bulunmaktadır. Bundan dolayı da hizmet sunulan kurumların dış görünüşlerinin müşteri memnuniyeti açısından bir öneminin olmadığı görülmüştür. Sağlık kurumlarından hizmet alan hastaların/müşterilerin öncelikli hedefleri arasında sağlıklarına kavuşma ve tedavi süreçlerinin hızlı ve sorunsuz geçmesi gibi faktörler olmasından dolayı kurumun dış görünüşü ve fiziki yapısı gibi ikincil faktörlerle çok fazla ilgilenmemektedir. İkincil faktör olarak değerlendirilmesindeki en büyük etken ise kurumun genel hizmetleri içerisinde yer almaması ve kurumun içerisinde bulunduğu sosyo-ekonomik çevrenin doğrudan etkisinin olması gibi farklı nedenler sayılabilir. Sağlık kurumlarında hizmet alan hastaların büyük bir bölümü kurum içerisinde çalışan personel ya da hekimleri tavsiye üzerine tercih ettikleri için kurumun dış görünüşü ya da iç dizaynı gibi farklı yapıların içerikleri ile ilgilenmeyişi bu alanda müşteri memnuniyetine herhangi bir etki etmeyeceği düşünülmüştür.

Hizmet kalitesi boyutlarından olan personele duyulan güven ile müşteri memnuniyeti arasındaki analiz sonucunda personele duyulan güvenin müşteri memnuniyetine anlamlı bir etkisinin olduğu gözlemlenmiş ve H<sub>6</sub> hipotezi kabul edilmiştir. Özellikle sağlık turizmi kapsamında bir başka yerden tedavi olma amacı ile gelen hastaların en büyük tercih nedenleri arasında kurumda çalışan personellerin referansları ve daha öncesinden gerçekleştirmiş oldukları başarılı operasyonlar yer almaktadır. Birçok hastalığın tedavisi aynı şekilde gerçekleştiriliyor olması sağlık kurumları arasında rekabet unsuru olarak kurum içerisinde

çalışan personellerinde yetenek ve deneyimlerine bağlı olarak gerçekleşebilmektedir. Özellikle kurumlarda çalışan hekimlerin deneyimleri geçmiş dönemlerde elde ettikleri başarılar hizmet alan kişiler tarafından ciddi derecede takip edilmekte ve daha öncesinde tedavi olan kişilerin memnuniyet derecelerini hem sözlü hem de yazılı olarak yöneticilere bildiriyor olması sunulan hizmet açısından büyük önem taşımaktadır. Bundan dolayı da kurum içerisinde çalışan personele duyulan güven hissi müşteri memnuniyeti açısından büyük önem arz etmektedir.

Hizmet kalitesi boyutlarından olan fiyatlandırma politikasının müşteri memnuniyetine anlamlı bir etkisinin olduğu görülmekte ve H<sub>7</sub> hipotezi kabul edilmiştir. Kurum tarafından sunulan hizmetler ile aynı zamanda en önemli tercih nedenleri arasında yer alan fiyatlandırma politikası büyük önem taşımaktadır. Türkiye'nin sağlık turizminde ön sıralarda yer almasının en önemli nedenleri arasında sayılmasını sağlayan başlıca faktör diğer ülkelere göre fiyatlarının gayet uygun olmasıdır. Kurumlardan hizmet alan kişilerin memnuniyet düzeylerinde etkili olduğu kadar rekabet koşullarında da ayakta kalmasını sağlayan faktörler arasında değerlendirilen fiyatlandırma politikası sağlık işletmeleri açısından üzerinde durulması gereken konular arasında yer almaktadır. Sağlık kurumlarında sunulan hizmetler ile fiyatlandırma arasında çok büyük farkın oluşmaması müşteriler açısından büyük bir memnuniyet duygusunun yaşanmasına neden olacaktır ve bunun sonucunda da sadık müşteri potansiyeli gerçekleştirilecektir.

Hizmet kalitesi boyutlarından sonuncusu olan yönetici tutumunun müşteri memnuniyetine etkisinin olduğu gözlemlenmiş ve H<sub>8</sub> hipotezi kabul edilmiştir. Sağlık kurumlarından hizmet alan hemen hemen her hasta/müşteri öncelikli olarak kurum çalışanları tarafından saygılı ve ilgili bir şekilde karşılanmak ve o kurumdan memnun olarak ayrılmak istemektedir. Bazen yaşanabilen olası sorunların çözümünde araya giren hastane yöneticilerinin sorunlara çözüm odaklı yaklaşımları ve gerekli görülen ortamın sakinleştirilmesi gibi birçok unsura doğrudan müdahalelerde bulunabilir. Böylelikle sorun yaşanan hastaların/müşterilerin sorunlarının çözüme kavuşturulması onların durumdan hoşnut kalmalarına yardımcı olmaktadır. İşletmelerin iyi bir yönetime sahip olmaları hem hastalar ile ilgilenen hem de kurum personellerinin sorunlarını dinleyen yöneticilerin varlıkları kurumların ilerlemesinde ve gelişmesinde ciddi derecede önemlidir. Kurum personellerin mesleki olarak tükenmişlik yaşamamaları ve müşteri odaklı yönetim anlayışının geliştirilmesi müşteri memnuniyeti açısından önemlidir.

Sonuç olarak yapılan araştırma değerlendirildiğinde kurumdan hizmet alan müşterilerin memnuniyetine etki eden faktörler şunlardır; danışma hizmeti, kat hizmetleri, kurumda çalışan personele karşı duyulan güven hissi, kurumun fiyatlandırma politikaları ve yönetici tutumu gibi

faktörler söylenebilir. Etkisi olmayan faktörler ise yemekhane hizmetleri, temizlik hizmetleri ve kurumun fiziki özellikleri gibi unsurlarda etki etmemektedir.

## ÖNERİLER

Sağlık turizmi kapsamında faaliyet gösteren kurumların ayakta kalabilmeleri ve rekabet koşullarına ayak uydurabilmeleri için öncelikli olarak dikkate alması gereken unsurlar arasında müşteri memnuniyeti de bulunmaktadır. Kurumların tekrardan tercih edilmesi ve yakın çevreye iyi referans olarak sunulması hem kurum imajı açısından hem de müşteri memnuniyeti açısından çok önemlidir. Kısacası kazanılan bir müşteri daha sonrasında tekrardan kazanılacak olan sadık müşteri kitlesinin temellerini atmaktadır.

Araştırma kapsamında elde edilen bulgular doğrultusunda şu önerilerde bulunulabilir.

Sağlık turizmi kapsamında sunulan hizmet kalitesi sonucunda müşteri memnuniyetine etki eden faktörlerin iyi şekilde belirlenmesi gerekmektedir.

Sağlık turizminden faydalanan hastaların/müşterilerin yararlanmış oldukları danışma hizmeti kapsamında iyi derece de yabancı dil bilen personellerin çalıştırılmasına dikkat edilmesi gerekmektedir. Sektörün en büyük açıkları arasında yabancı dil bilen personel sayısının az olması yer almaktadır.

Sağlık turizmi hizmeti almak için yurtdışından gelen hasta ve müşteriler için havaalanları, limanlar ve sınır kapılarında danışma hizmeti alabileceği profesyonel birimler kurulmalıdır. Danışma hizmeti hasta ve müşteri türüne ve almak istediği hizmete göre en iyi şekilde hasta ya da müşteriye yönlendirmelidir.

Sağlık kurumları hizmet unsurları arasında yer alan kat hizmetlerinde görevli olan personellerin hastaların/müşterilerin istek ve arzularını zamanında karşılamaları konusunda dikkatli olması gerekmektedir. Aynı zamanda zorunlu olarak konaklama faaliyeti gösteren kurumlarda oda temizliğine ve gerekli görülen ekipmanların teminine önem verilmesi gerekmektedir.

Sağlık kurumları arasında tercih nedenleri arasında sayılan kurumların fiyatlandırma politikaları yakın çevrelerin ve uluslararası alanda dikkatli bir şekilde belirlenerek yurt dışından gelen hastaları da dikkate alınarak belirlenmesi gerekmektedir.

Kurumların fiyatlandırma politikasında sağlık turizmi amacı ile gelen şahıslara özellikle indirimler ve çeşitli paket hizmetler uygun ücretlendirme ile sunulduğunda hasta ve müşteri memnuniyetine pozitif etkisi olacaktır. Sağlık turizmi hizmeti alan şahıslara ayrıca diğer turizm

çeşitlerinden de faydalanabilme imkânı cazip fiyatlandırmalarla sunulduğundan müşteri memnuniyetinde gayet olumlu etkisi olabileceği ortadadır.

Araştırmaya göre sağlık turizminde kurumların fiziksel yapısından, kurum personeline olan güvenin çok daha önemli olduğu ve kişilerin kurumun morfolojisinden ziyade içeriği ve verilecek olan sağlık turizmi hizmetini verecek sağlık personelinin niteliğinin önemi görülmektedir. Bu bakımdan alanında uzmanlaşmış ve hatta konusunda marka haline gelmiş tıp doktorlarının sağlık turizmi hizmeti veren kurumlarda görünmesi kurum personeline olan güveni artırarak müşteri memnuniyetini olumlu yönde etkileyecektir.

Kurumlarda çalışan personellerin özellikle de hekimlerin tecrübeli ve alanında uzman olmalarına dikkat edilmesi gerekmektedir. Araştırma sonuçlarından da anlaşılacağı gibi iyi yetişmiş personel çok önem arz etmektedir. Özellikle gelen şahsın sağlık turizmi türüne göre yetişmiş uzman doktorun ve sağlık personelinin bulunması büyük önem arz etmektedir. Sağlıkın çok geniş bir konu olması ve sağlık turistine yapılacak uygulamaların beklenmeyen kötü sonuçları (komplikasyonlar) olabilmesi ihtimali söz konusu olabileceğinden, ihtimal dâhilinde oluşacak komplikasyonlardan oluşacak zararı en aza indirebilecek uzmanların ve gerekli teknolojik imkânların sağlık turizmi hizmeti veren kurum bünyesinde olması gerekmektedir. Bu kurum personeline olan güveni artırır.

Sağlık turizmi nedeniyle yurtdışından ve yahut yurt içindeki uzak noktalardan sağlık turizmi hizmeti almaya gelmiş olan sağlık turistinin aldığı hizmetin türüne göre özellikle sonrasında takip gerektiren hizmetlerde (cerrahi operasyonlar, nakil, kemoterapi, radyoterapi ve hatta saç ekimi vb. takip gerektiren) özverili şekilde çalışıp hasta ve müşteri ile sürekli irtibat halinde olabilecek doktor ve sağlık personellerinin bulunması kurum personeline olan güveni artırır.

Kurum personeline olan güven konusundan hizmet veren kurum kendi personeline özellikle sağlık turizmi amacıyla gelmiş olan hasta ve müşterilere davranış ve iletişim konularını temel alan eğitimler vermelidir. Özellikle bazı bölgelere örneğin yurtdışından bir ülke ile sağlık iş birliği boyutunda yapılmış bir anlaşma sonucu yalnız o bölgeden gelen hastalara hizmet veren kurumlarda personele küçük çaplı yabancı dil eğitimi dahi verilebilir.

Sağlık alanında özellikle ölümcül hastalıkları olan ve yahut ciddi risk altında bulunan hastalara hizmet veren kurum birimlerinde çalışan personelin moral ve motivasyonunun kötü etkilenmesi söz konusu olduğunda, bu durum da bulunan sağlık personellerinin bu halinin hassas durumdaki hastalara yansıtması halinde doğabilecek kötü durumları engellemek amacıyla kurum içi rotasyon ( yer değiştirme) uygulanabilir. Bu hastaların sürekli olarak moral motivasyona ihtiyaç duyması hasebiyle yapılacak olan bu rotasyon düzenlemelerinin hem



hasta hem de sağlık personelinin faydasına olması amaçlanmaktadır. Bu durum kurum personeline olan güvende pozitif etki gösterecektir.

Sağlık turizmi sektöründe işletme yönetimi ve işletme yönetimine doğrudan bağlı yan birimlerin sağlık turizmi amacı ile gelen hasta ve müşterilerle doğrudan ve dolaylı şekilde irtibata geçebilme imkânının olması, uzaktan irtibata geçmek isteyen hasta ve müşterinin ulaşabilmesi amacıyla kurulmuş bir çağrı merkezi ve hastaya yardımcı olacak birimlerin bulunması işletme yönetiminin misafirlerine karşı tutumunun hasta ve müşteri memnuniyetine olumlu etkileri olabilir.

Kurum bünyesinde bulunan ve sorun odaklı çalışan yöneticilerin sayısının artırılması ve her zaman hasta/müşteri ilişkilerinde olumlu bakış açısı geliştiren yöneticilerin çalıştırılmasına dikkat edilmesi gerekmektedir.

Sağlık turizmi hizmetleri algısının hasta ve müşteri memnuniyeti üzerine yapılmış olan bu araştırma ve sonuçlara dayalı öneriler sadece sağlık turizmi hizmetleri veren kurumlarca değil, sağlık bakanlığı, kültür ve turizm bakanlığı ve sağlık turizmi ile ilgili olan tüm devlet kurumlarınca da dikkate alınmalıdır.

## KAYNAKÇA

### Kitaplar

AKAT Ömer, **Pazarlama Ağırlıklı Turizm İşletmeciliği**, Ekin Kitapevi, Bursa, 2000.

ALBAYRAK Aslı, **Alternatif Turizm**, Detay Yayıncılık, Ankara, 2013.

ATEŞ Metin , **Sağlık İşletmeciliği**, Beta Basım A.Ş., İstanbul, 2011.

BARLI Önder, **Davranış Bilimlerinde Örgütsel Davranış**, Aktif Yayın Evi, İstanbul, 2008.

BATMAN Orhan, 1, **Otel İşletmelerinde Yönetim**, Değişim Yayınları, İstanbul, 2003.

BULUT Erol, **Turizmin Türkiye Ekonomisindeki Yeri ve Ekonomik Etkileri**, 2007.

ÇINARLI İnci, **Sağlık İşletmeleri ve Medya**, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 2008.

Hayat Doğanay ve Serhat Zaman, **Türkiye Turizm Coğrafyası**, Pegem Yayınları, Erzurum, 2013.

HAYRAN Osman, **Sağlık Hizmetleri ve Hastane Yöneticiliği**, Yüce Yayınları, İstanbul, 1997.

KAVUNCUBAŞI Şahin, **Hastane ve Sağlık Kurumları Yönetimi**, Siyasal Kitapevi, Ankara, 2000.

KAVUNCUBAŞI Şahin ve YILDIRIM Selami, **Hastane ve Sağlık Kurumları Yönetimi**, Siyasal Kitabevi, Ankara, 2015.

KISA Adnan ve TOKGÖZ Nuray, **Sağlık kurumları Yönetimi**, Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Yayınları, Eskişehir, 2007.

KOYUNCUOĞLU Selim, **Turist Sağlığı ve Tüketicinin Korunması**, Detay Yayıncılık, Ankara, 2003.

KOZAK Nazım, KOZAK Metin ve KOZAK Meryem, **Genel Turizm İlkeler ve Kavramlar**, Detay Yayıncılık, Ankara, 2001.

ODABAŞI Yavuz, **Sağlık Hizmetleri Pazarlaması**, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir 2004.

ÖZDEMİR Mehmet, **Turizm Türkiye'nin Sosyo-Ekonomik Yapısına Etkileri**, Ankara, 1992.

SELVİ Murat, **Sağlık Turizmi: Turistik Ürün Çeşitlendirmesi**, Nobel Yayınları, Ankara, 2008.

SOMUNOĞLU Sinem, **Sağlık Kurumları Yönetimi**, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, 2012.

ŞELÇUK Gökalp, **Turizm Ekonomisi**, Lisans Yayıncılık, İstanbul, 2011.

TENGİLİMOĞLU Dilaver, **Sağlık Turizmi**, Siyasal Kitapevi, Ankara, 2013.

TONTUŞ Ömer, **Türkiye'nin Sağlık Turizmindeki Önemi**, Sağlık Bakanlığı Yayınları, Ankara, 2012.

TONTUŞ Ömer, **Türkiye'nin Sağlık Turizmindeki Önemi**, Sağlık Bakanlığı Yayınları, Ankara, 2017.

TOPUZ Nuray, **Türkiye Sağlık (Medikal) Turizm Stratejisi 2023**, Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları, Ankara, 2012.

UZKESİCİ Nuray, **Sağlık Kurumları Yönetimi**, Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Yayınları, Eskişehir, 2002.

ÜNAL Sevtap, **Sağlık Hizmetlerinde Müşteri Memnuniyeti**, Detay Yayıncılık, Ankara, 2008.

ÜNÜVAR Şafak, **Konaklama İşletmeleri Ağırlıklı Turizm Reklam Kampanyaları**, Çizgi Kitapevi, Konya, 2008.

### **Makale ve Dergiler**

AKTAŞ Cengiz , “Türkiye'nin Turizm Gelirini Etkileyen Değişkenler”, **Doğuş Üniversitesi Dergisi**, Sayı: 6(2), 2005, ss.166.

APAY Ejder , “Bir Üniversite Hastanesinde Yatan Hastaların Tatmin Olma Düzeyleri”, **TAF Preventive Medicine Bulletin**, Sayı: 8(3), 2009, s. 239-244.

DALBAY Özkan “ Kamu yönetiminde Müşteri odaklı Misyona ve Vizyon”, **Kamu Yönetiminde Kalite 2. Uluslararası Kongresi**, İstanbul, 1999.

EDİNSEL Ercan ve ADIGÜZEL Orhan , “Türkiye'nin Sağlık Turizmi Açısından Son Beş Yıldaki Dünya Ülkeleri İçindeki Konumu ve Gelişmeleri”, **Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Sayı: 4(2), ss. 167-190.

EROĞLU Ergün , “Müşteri Memnuniyeti Ölçüm Modeli”, *İstanbul Üniversitesi İşletme Dergisi*, Sayı: 34, 2005, ss. 9-11.

GÖK Sibel ve TAŞLIYAN Mustafa , “Kamu ve Özel Hastanelerde Hasta Memnuniyeti”, *Kahramanmaraş Sütçü İmam İBFF Dergisi*, Sayı:2, 2012, s. 69-94

GÜMÜŞ Fadime ve BÜYÜK Özge , “Sağlık Turizminde Yeni Açılımlar: Tıp Turizmi”, *3. Balıkesir Uluslararası Turizm Kongresi*, 17-19 Nisan, 2008.

İÇÖZ Orhan , “Sağlık Turizmi Kapsamında Medikal Turizm ve Olanakları”, *Journal Of Yasar University*, Sayı: 5(14), 2009.

OKTAYER Nagehan , “Türkiye’de Sağlık Turizmi Ekonomisi”, *İstanbul Ticaret Odası Dergisi*, 2007.

ÖZER Ali ve ÇAKIR Enver , “Sağlık Hizmetlerinde Hasta Memnuniyetini Etkileyen Faktörler”, *Tıp Araştırmaları Dergisi*, Sayı: 5(3), 2007, s. 140-143.

ŞEBNEM Aslan vd., “Özel Sağlık Kuruluşlarında Müşteri Memnuniyeti ve Memnuniyeti Oluşturan Unsurların Araştırılması”, *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı: 20, 2008, s. 23-40.

TENGİLİMOĞLU Dilaver , “Sağlık Turizmi: Tedavi Amaçlı Turizm ve Termal Turizmde Sorunlar ve Çözüm Önerileri”, *Hastane Dergisi*, Sayı: 34, 2013, ss. 51-72.

YAZAN Nihal , “Sağlıkta Uluslararası Açılımlar: Medikal Turizmde Hedefler”, *Hastane Dergisi*, 2007.

## Tezler

ALPULLU Aytekin, Uluslararası Basketbol Organizasyonlarının Spor Turizmine Etkisi, Marmara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 2011, (**Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**).

BOZ Mustafa, Turizmin Gelişmesinde Alternatif Turizm Pazarlamasının Önemi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2004, (**Yayınlanmamış Doktora Tezi**).

BÜLBÜL Fevzi, Sağlık Turizminin Türkiye’deki Gelişimi, Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2015, (**Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**).

ÇELİK Ayşegül, Sağlık Turizmi Kapsamında Termal İşletmelerde Sağlık Hizmetleri Pazarlaması ve Algılanan Hizmet Kalitesi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2009, (**Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**).

DEMİRER Ebru Özkan, Türkiye’de Medikal Turizm ve Geliştirilmesi: Örnek Bir Araştırma, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir, 2010, (**Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**).

DURGUN Ayşe, Bölgesel Kalkınmada Turizmin Rolü, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta, (**Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**).

ERKÖK Mustafa Kemal, Turizm Sektöründe Elektronik Ticaretin Boyutları, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya, 2006, (**Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**).

ESATOĞLU Efsun Ezel, Hastanelerde Hasta Tatmininin Hastane Yönetimi Açısından Değerlendirilmesi ve Kullanıma Yönelik Model Önerisi, Hacettepe Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 1997, (**Yayınlanmamış Doktora Tezi**).

GÜLMEZ Zeynep, Türkiye ve Dünya’da Sağlık Turizmi ve Çeşitleri, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2012, (**Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**).

HAYTA Hatice, Sağlık Sektöründe Toplam Kalite Yönetimi ve Hasta Memnuniyetinin İstatistik Göstergelerle Karşılaştırılması, Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla, 2008, (**Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**).

KARABABA Asiye Gölpek, Ülkeler Arası Sağlık Turizmi Kıyaslaması, Hasan Kalyoncu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep, 2017, (**Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**).

KİREMİT Aysun Şebnem, Turizm Gelişiminde Bir Alternatif Olarak Medikal Turizm, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 2008, (**Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**).

KORKMAZ Şebnem, Sağlık Kuruluşlarında İnsan Kaynakları Yönetimi Uygulamaları ve Konuya İlişkin İstanbul İl Sınırları İçinde Yer Alan 50 Yatak ve Üstü Kapasiteli Özel Sektör Hastanelerinde Bir Araştırma, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2003, (**Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**).

KOSTAK Didem, Turizm Hareketleri: Türkiye Üzerinden Sağlık Turizmi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2007, (**Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**).

ÖZGÜL Ayhan, Türkiye’de Sağlık Politikaları Üzerine Bir Değerlendirme, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta, 2014, (**Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**).

SAĞLIK Erkan, Turizm İşletmelerinin Bölge Ekonomisindeki Yeri, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum, 2011, (**Yayınlanmamış Doktora Tezi**).

SAPANCI Filiz, Sağlık Hizmetlerinde Engellilik Kavramı ve Engellilerin Sağlık Hizmetlerinden Yararlanmaları, Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2013, (**Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**).

SERBEST Ganimet Nilay, Sağlık Sektöründe Hizmet Kalitesi ve Müşteri Tatminini Ölçerek Davranışlar Üzerinde Eskisinin Bulunmasına Yönelik Model Çalışması, Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 2006, (**Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**).

TATARLI Nefiye, Sağlık Hizmetlerinde Hasta Tatminini Etkileyen Unsurlar ve Sağlık Sektöründe Bir Uygulama, Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bolu, 2007, (**Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**).

YALÇIN Pınar, Türkiye’de Sağlık Turizminde Alt Yapı Oluşturulma Gereği ve Sağlık Kurumlarına Yönelik Bir Araştırma, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2006, (**Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**).

YALKIN Serkan, Sağlık Hizmetlerinde Kalite Yönetim ve Kalitenin Servqual Yönetimi ile Ölçülmesine Yönelik Bir Uygulama, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2010, (**Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**).

YANIK Aygöl, Sağlık Bakım Hizmetlerinde Hasta Bakım Tatmin ve Haydarpaşa Numune Eğitim ve Araştırma Hastanesinde Hasta Tatmini Üzerine Bir Araştırma, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2000, (**Yayınlanmamış Doktora Tezi**).

YAZGAN Murat, Sağlık İşletmelerinde Hizmet Kalitesinin Sağlık Hizmeti Sunan ve Sağlık Hizmeti Alan Taraflarca Değerlendirilmesi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2009, (**Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**).

YILMAZ Dilek, Özel Sağlık Kurumlarında Çalışan Personellerin Mesleki Tükenmişlik Düzeylerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma, İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2017, (**Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**).

## Raporlar

Çukurova Kalkınma Ajansı, **Sağlık Turizmi Kümelenme Çalışması**, 2012.

Sağlık Bakanlığı, **Sağlık Turizminde Süreçler ve Aracı Kuruluşlar Araştırma Raporu**.  
Ankara: Sağlık Bakanlığı Yayını, 2012.

BAKA: **Sağlık Turizmi Sektör Raporu**, 2011.

BEKİR Metin, **Dünya’da ve Türkiye’de Sağlık Turizmi, Durum Tespit Raporu**, 2010.

KURT Suzan. **Turizm Yönetimi Ve Pazarlama Stratejileri Çalışma Raporu**. 13 Mayıs 2016.

## İnternet Adresleri

Bilgi Dünyası, <http://hakkında-bilgi-nedir.com/turizm-cesitleri-nedir+turizm-cesitleri-hakkında-bilgi>, (Erişim Tarihi: 10.07.2018).

Dosya Merkezi, [www.dosyamerkez.saglik.gov.tr](http://www.dosyamerkez.saglik.gov.tr) (Erişim Tarihi: 16.04.2018).

Kültür ve Turizm Bakanlığı <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/canakkale/turizmaktiviteleri/botanik-turizmi>, (Erişim Tarihi: 11.04.2018).

Kültür ve Turizm Bakanlığı, <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,11525/yat-turizmi.html>, (Erişim tarihi: 11.04.2018).

Sağlık Bakanlığı, [www.saglik.gov.tr](http://www.saglik.gov.tr), <http://saglikturizmi.gov.tr/TR,183/ileri-yas-ve-engelli-turizmi.html>, (Erişim Tarihi: 14.04.2018).

Sağlık Bakanlığı, [www.saglik.gov.tr](http://www.saglik.gov.tr), <http://saglikturizmi.gov.tr/TR,183/ileri-yas-ve-engelli-turizmi.html>, (Erişim Tarihi: 12.04.2018).

Sağlık Bakanlığı, [www.saglikturizmi.gov.tr/uploads/3058937-saglikturizmindesurecler-ve-araci-kuruluslar-raporu.pdf](http://www.saglikturizmi.gov.tr/uploads/3058937-saglikturizmindesurecler-ve-araci-kuruluslar-raporu.pdf), (Erişim Tarihi: 21.04.2018).

Sağlık Turizmi, [www.saglikturizmi.org.tr/3.sonuc%bildirgesi.pdf](http://www.saglikturizmi.org.tr/3.sonuc%bildirgesi.pdf), (Erişim Tarihi: 13.04.2018).

Sağlık Turizmi, [www.saglikturizmi.org.tr](http://www.saglikturizmi.org.tr), <http://saglikturizmi.gov.tr/TR,23588/dunyada-saglik-turizmi.html>, (Erişim Tarihi: 14.04.2018).

Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği, [www.tursab.org.tr](http://www.tursab.org.tr)  
[https://www.tursab.org.tr/tr/tursab/komiteler/genclik-turizmi-komitesi/komite-faaliyetleri/genclik-turizmi-nedir\\_15389.html](https://www.tursab.org.tr/tr/tursab/komiteler/genclik-turizmi-komitesi/komite-faaliyetleri/genclik-turizmi-nedir_15389.html), (Erişim Tarihi: 11.04.2018).

## EKLER

EK-A

### ANKET FORMU

Değerli katılımcılar;

Bu anket araştırması çalışanların **Sağlık Turizmine Tedavi Amaçlı Gelen Yerli Ve Yabancı Hastaların Kurumdan Aldıkları Hizmetlerin Müşteri Memnuniyetine Etkisini** incelemek amacıyla yapılmaktadır. Araştırma sonuçları akademik bir çalışmada veri amacı ile kullanılacaktır. Anket çalışmasına katılımınız çok değerli olup araştırma sonucu elde edilecek bulgulara ışık tutacaktır. Çalışmamıza vermiş olduğunuz destek için teşekkür ederim.

Muhammed Can Yavuz

Kişisel Bilgi Formu	
Cinsiyetiniz:	<input type="checkbox"/> Kadın <input type="checkbox"/> Erkek
Medeni Durumunuz:	<input type="checkbox"/> Evli <input type="checkbox"/> Bekâr
Yaşınız:	
Eğitim Durumunuz:	<input type="checkbox"/> İlköğretim <input type="checkbox"/> Lise <input type="checkbox"/> Ön lisans <input type="checkbox"/> Lisans <input type="checkbox"/> Lisansüstü/Doktora
Daha öncesinde aynı kurumdan sağlık hizmeti aldınız mı?	<input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır
Uyruğunuz:	<input type="checkbox"/> T.C <input type="checkbox"/> Diğer .....

Hizmet Kalitesi-Müşteri Memnuniyeti Değerlendirme Ölçeği					
	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılıyorum	Ne Katılmıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Kurum tarafından verilen hizmetin değerlendirilmesi					
1. Sağlık kurumuna ilk geldiğinizde giriş işlemleri hızlı ve eksiksiz bir şekilde gerçekleştirildi.					
2. Kuruma ilk giriş anından itibaren sıcak ve samimi bir karşılama ortamı oluşturuldu.					
3. Benden istenen kişisel bilgilerim amacına uygun ve seri bir şekilde istendi.					
4. Tedavi amacı ile kullanılacak oda veya odalar beklentimin üzerindeydi.					
5. Tedavi sürecim boyunca personeller tarafından özel ihtiyaçlarımın karşılanması için devamı olarak isteklerim soruldu.					
6. Danışma hizmetlerinde görev yapan personel sorulan sorulara içtenlikle ve samimi cevaplar verdi.					
7. Danışma Hizmeti veren personeller eğitimli ve kibar kişilerdi.					
8. Bulduğumuz odalarda kişisel ihtiyaçlarımı karşılayacak her türlü donanım bulunmaktadır.					
9. Kullanacağım odalar ve ortamlar zaman kaybedilmeden hızlı bir şekilde hazırlandı.					



10. Odaların temizlikleri belirli periyotlarda düzenli olarak temizlenmektedir.					
11. İstenilen her türlü eşya ya da çeşitli envanterler personeller tarafından hızlı bir şekilde getirilmektedir.					
12. Kurum içerisinde verilen hizmete dâhil olan yemekler kalitelidir.					
13. Menülerde kişilerin yemek yeme tercihlerine göre değişiklik göstermektedir.					
14. Servis edilen yemeklerin diyet yapanlar için kalori hesaplamaları yapılmıştır.					
15. Yemeklerin dağıtımından sorumlu olarak çalışan personeller yemekler hakkında bilgi sahibidir.					
16. Servis elemanları kişisel bakımlarını yapmış ve temiz görünüme sahiptir.					
17. Her kattan sorumlu farklı temizlik personelleri bulunmaktadır.					
18. Yapılan temizlikte sadece görüntüde değil titiz ve detaylı bir şekilde yapılmaktadır.					
19. Katlarda görev yapan yardımcı personeller kişilerin istek ve arzularını devamlı olarak gözetmektedir.					
20. Olumsuz bir durumda sakinliklerini koruyarak sağlık hizmetinden faydalanan kişilere gerekli telkinlerde bulunarak onları rahatlamaya yönelik söylemlerde bulunurlar.					
21. Hizmet alan müşterilerin her türlü sorununu çözmek için samimi ve içtenlikle yardım ederler.					
22. Kat personellerine soru sorulduğunda tatmin edici cevaplar alabiliyorum.					
23. Hizmet alınan binanın fiziki donanımları göze hoş gelecek şekilde dizayn edilmiştir.					
24. Herkes tarafından kullanılan ortak kullanım alanları bakımlı ve temizdir.					
25. Bina çevresinde olası yangın ve güvenlik önlemleri gereken düzeydedir.					
26. Binada engellilerinde kullanacağı yapılar mevcuttur.					
27. Danışma hizmeti dışında yönlendirme levhaları uygun ve herkes tarafından görülebilir yerlere konumlandırılmıştır.					
28. Hizmet aldığım süre boyunca verilen hizmetler beni tatmin edecek seviyedeydi.					
29. Kurum tarafından verilen her hizmet kalitedir.					
30. Kurumda görev yapan bütün personeller ortak görev bilincinde müşterilerin ilgi ve isteklerini üst düzeyde düşünmektedir.					
31. verilen hizmetler zamanında ve hızlı bir şekilde gerçekleştirilmiştir.					
32. Kurum içerisindeki üst kademe yöneticiler dahil olmak üzere herkes görev bilincindedir.					
33. Kurumu başka bir zaman tekrardan tercih edebilir.					
34. Kurumu ihtiyacı olduğunu düşündüğüm yakın çevreme tavsiye edebilirim					
35. Kurum içerisinde hizmet veren personellerin uzman ve bilgili olduğunu düşünüyorum.					
36. Hizmet aldığım süre boyunca yeteri kadar imkânlardan yararlanma fırsatı buldum ve kendimi yenilemiş olarak buradan ayrılıyorum.					
37. Kurum çalışanları ile iletişim sorunu yaşamadım ve bu konuda uzman olduklarını düşünüyorum.					
38. Kurumda bulunduğum süre zarfında kendimi yenilemiş ve dinlenmiş şekilde çıkacağımdan aldığım hizmete güveniyorum.					
39. Verilen hizmetler karşılığında ödediğim ücreti çok fazla bulmuyorum.					
40. Kurumda bulunduğum süre boyunca ücretlendirmeye tabi olmayan faaliyetlerden yararlanırken ek taleplerde bulunuldu.					
41. İstenen ek taleplerin ücretleri çok yüksekti.					
42. Fiyatlandırma olarak verilen hizmetler her kesime hitap etmektedir.					
43. Yönetim kurum içerisindeki müşteri ile yaşanan sorunların çözümüne karşı duyarlıdır.					

44. Hizmet binasına ulaşmak şehir içi ve şehir dışından gelenler için ulaşımı uygundur.					
45. Hizmetini vaat ettikleri her türlü hizmeti giriş yaptığım andan itibaren yerine getirdiler.					
46. Hizmet almaya gelen müşterilerin çocukları için yeteri kadar özel alanlar ve aktiviteler yapabilecekleri imkânlar bulunmaktadır.					
47. İşletmenin genelinde misafirler için yeteri kadar sosyal alanlar hazırlanmıştır.					



## UMFRAGE-FORMULAR

Sehr geehrte Teilnehmer;

Diese Umfrageforschung therapeutische Gesundheits-Tourismus-Mitarbeiter von in- und ausländischen Kunden die Dienste, die sie Patienten erhalten, um zu prüfen, die Wirkung der Zufriedenheit "mit der Stiftung. Die Forschungsergebnisse werden für die Zwecke einer wissenschaftlichen Studiendaten verwendet werden. Ihre Teilnahme ist sehr wertvoll für die Arbeit der Umfrage Forschung wird Aufschluss über die Ergebnisse zu erhalten. Vielen Dank für die Unterstützung, die Sie unserer Studie zur Verfügung gestellt haben.

Muhammed Can Yavuz

Der erste Teil des Formulars persönliche Informationen	
Ihr Geschlecht:	<input type="checkbox"/> Frau <input type="checkbox"/> Männlich
Familienstand :	<input type="checkbox"/> Verheiratet <input type="checkbox"/> Einzelne
Ihr Alter:	
Bildungsstatus :	<input type="checkbox"/> Elementare <input type="checkbox"/> Gymnasium <input type="checkbox"/> Associate Abschluss <input type="checkbox"/> Universität <input type="checkbox"/> Doktoranden/Phd
Von der gleichen Institution im Gesundheitswesen vor?	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein
Nationalität:	<input type="checkbox"/> T.C <input type="checkbox"/> Andere .....

Servicequalität im zweiten Abschnitt Kundenzufriedenheits-Ratingskala					
	Überhaupt nicht	Ich bin nicht einverstanden	Ich mich enthalten	Ich stimme zu	Absolut einverstanden
<u>Bewertung der Dienstleistung von der institution</u>					
1. Wenn man die Gesundheit Institution ersten Zulassungsverfahren wurde in einer Weise durchgeführt, die schnell und vollständig sind.					
2. Trocknungszeit von dem Moment an entsteht der erste Eintrag in einer warmen und freundlichen Umgebung willkommen.					
3. Für die Zwecke von mir und schnell angeforderten personenbezogenen Daten gebeten.					
4. Das Ziel der Behandlung ist meine Erwartungen mit den Raum oder die Räume zur Verfügung standen.					
5. Während des Behandlungsprozesses um spezielle Personal als Jerry zu erfüllen wünscht.					
6. Das Personal Beratung Fragen aufrichtig und freundlich beantwortet.					
7. Beratung Mitarbeiter sind ausgebildet und höflich.					
8. Unsere Zimmer werden persönliche Bedürfnisse befriedigen, gibt es alle Arten von Hardware.					
9. I 'm gonna Räume und Umgebungen schnell erstellt, ohne Zeitverlust zu verwenden.					
10. In bestimmten Zeiträumen der Reinigung der Zimmer werden regelmäßig gereinigt.					

11. Verschiedene Arten von Waren oder Vorräte, erforderliche Personal durch schnell.					
12. Die Verpflegung in der gegebenen Qualität.					
13. Die Menüs variieren abhängig von der Wahl des Volkes, die Restaurants und Bars.					
14. Für diejenigen, die Diät-Kalorien von Lebensmitteln in den Berechnungen.					
15. Sie essen als Mitarbeiter für die Bereitstellung verantwortlich sind, wie es vertraut ist.					
16. Er machte die persönliche Betreuung und Service-Elemente sauber.					
17. Es gibt verschiedene Reinigungspersonal verantwortlich für jedes Stockwerk.					
18. Es ist nicht nur bei der Reinigung Bild präzise und detailliert gemacht.					
19. Die Böden sind Personen, die ständig Personal Anfragen und Wünsche helfen verfolgt.					
20. Negativer Fall Beibehaltung Gesundheit profitiert von der Service-Leute und they'il erforderlichen Vorschläge, sie im Diskurs zu entspannen.					
21. Alle Arten von Kunden, die Service zur Behebung des Problems, der aufrichtig und ehrlich helfen.					
22. Boden-Personal fragte nach zufrieden stellenden Antworten auf Fragen.					
23. Die körperliche Ausrüstung der Gebäude Service wurde entwickelt, um in die Zukunft gefällig sein .					
24. Verwendet durch alle öffentlichen Bereiche sind sehr gepflegt und sauber.					
25. Feuer und mögliche Sicherheitsmaßnahmen rund um das Gebäude ist erforderlich.					
26. Wird die Nutzung in Strukturen mit Behinderungen steht im Gebäude.					
27. Anders als routing Beratung Bettwäsche zur Verfügung und für alle interessierten im Ort sichtbar.					
28. Während die Zeit, die ich Dienstleistungen dienen wollte mich zu befriedigen.					
29. Jedes Service-Qualität ist durch die Institution gegeben werden.					
30. Alle Mitarbeiter, die im Unternehmen arbeiten kennen das Interesse von Kunden und gemeinsame Aufgaben Anforderungen auf hohem Niveau.					
31. Dienstleistungen wurden zeitnah und schnell durchgeführt.					
32. Senior Manager auch in Institutionen Aufgaben ihre.					
33. Institution können wieder ein andermal.					
34. Agentur kann um empfehlen, in der Nähe von Meinung benötigt wird.					
35. Personal ist Experte und Kenner der auf dem Gelände.					
36. Die Nutzung des Dienstes während der Zeit, Sie die Gelegenheit nutzen, mich genügend Gelegenheiten gefunden aktualisieren, und da ich verlasse.					
37. Ich hatte noch nie ein Problem bei der Kommunikation mit Mitarbeitern der Institution, und ich denke, dass sie ein Experte sind.					
38. Die Institution, wo ich bin, während ich bin gonna ausgeruht sein und verlängert die Art, wie, der ich den Service von Vertrauen.					
39. Dienstleistungen nicht zu viel, als Gegenleistung für die Zahlung der Gebühr zu finden.					
40. Institution kann während der Zeit, die ich habe und profitieren gleichzeitig von Nachforderungen nicht-Aktivitäten, anfallen.					
41. Die geforderten Gebühren für zusätzliche Anforderungen sind zu hoch.					
42. Preise der Dienstleistungen für jedes Segment als auch gerecht zu werden.					
43. Probleme mit Kunden auf dem Gelände reagieren empfindlich auf die Lösung.					

44. Dienste, lokale und außerhalb der Stadt zu dienen ist geeignet für den Transport.					
45. Service von dem Moment, den ich alle Arten von Service melden Sie sich, was sie versprochen.					
46. Die Kinder der Kunden immer genug, um Service private Felder und Aktivitäten können bereitgestellt werden.					
47. In der gesamten Wirtschaft sind Gäste genug für soziale Räume bereit.					



**SURVEY FORM**

**Dear participants;**

This survey research of therapeutic Health Tourism employees From domestic and foreign Customers the services they receive Patients in order to examine the effect of satisfaction with the Foundation. The research results will be used for the purpose of an academic study data. Your participation is very valuable to the work of the survey research will shed light on the findings to be obtained. Thank you for the support you have provided to our study.

<b>The First Part Of The Personal Information Form</b>	
Gender:	<input type="checkbox"/> Female <input type="checkbox"/> Male
Marital Status:	<input type="checkbox"/> Married <input type="checkbox"/> Single
Age:	
Educational Status:	<input type="checkbox"/> Primary <input type="checkbox"/> High school <input type="checkbox"/> Associate's degree <input type="checkbox"/> Univesity( <input type="checkbox"/> Univesity above
From the same institution in the health service before?	<input type="checkbox"/> Yes <input type="checkbox"/> No
Nationality:	<input type="checkbox"/> T.C <input type="checkbox"/> Other .....

<b>The Second Part Of The Quality Of Service-Customer Satisfaction Rating Scale</b>					
	Strongly Disagree	I do not agree	I abstain	I agree	Strongly Agree
<u>Evaluation of the service provided by the institution</u>					
1. When you get to the health institution first entry procedures was carried out in a way that is quick and complete.					
2. Drying time from the moment the first entry in a warm and friendly welcome environment is created.					
3. For the purpose of personal information requested from me and quickly requested.					
4. The goal of treatment is to be used with the room or rooms was on my expectations.					
5. During the treatment process in order to meet special personnel as Jerry wishes.					
6. The staff advisory services questions sincerely and friendly answers.					
7. Counselling staff are trained and polite.					
8. Our rooms will satisfy personal needs there are all kinds of hardware.					
9. I'm going to use rooms and environments created quickly without loss of time.					

10. In certain periods of the cleaning of the rooms are cleaned regularly.					
11. Various kinds of goods or inventories, required personnel by quickly.					
12. The meals included in the given quality.					
13. The menus vary depending on the choice of the people dining.					
14. For those who diet calories of food in the calculations.					
15. They eat meals as staff are responsible for deployment as it is familiar.					
16. He made the personal care and service elements clean.					
17. There are different cleaning personnel responsible for each floor.					
18. It's not just at cleaning image made precise and detailed way.					
19. The floors are persons who assist personnel requests and desires constantly pursues.					
20. In an unfavorable situation they are in discourses about relieving them by providing necessary suggestions to those who benefit from the health service by maintaining their calmness.					
21. All kinds of customers receiving service to resolve the problem of sincere and sincerely help.					
22. Floor staff asked about satisfactory answers to questions.					
23. Service will be fun to watch the physical equipment of the building received.					
24. Used by all public areas are well maintained and clean.					
25. Fire and possible security measures around the building is required.					
26. Will use in structures with disabilities is available in the building.					
27. Other than routing advice sheets available and visible to anyone interested in place.					
28. During the time I serve services was going to satisfy me.					
29. Is every service quality given by the institution.					
30. All personnel who work in the enterprise are aware of the interest of customers and common tasks requests at a high level.					
31. Services were conducted timely and quickly.					
32. Everyone, including senior managers in the organization, is aware of their duties.					
33. Institution may choose again some other time.					
34. Agency can recommend around close to what I think is needed.					
35. Staff is expert and knowledgeable of within the premises.					
36. Taking advantage of the service during the time you took the opportunity to refresh myself enough opportunities found and as I'm leaving.					
37. I've never had a problem communicating with employees of the institution, and I think they are an expert.					
38. The institution where I am while I'm going to be rested and renewed the way I trust the service from.					
39. Services do not find too much in Exchange for paying the fee.					
40. Institution may incur during the time I've been, while benefiting from additional demands non-activities.					
41. The requested fees for additional demands are too high.					
42. Pricing the services cater for each segment as well.					
43. Management problems with customers within the premises are sensitive to the solution of.					
44. Services to serve local and out-of-town is suitable for transport.					
45. Service from the moment I log all kinds of service they promised.					
46. The children of customers from getting enough to service private fields and activities can be provided.					
47. Across the whole of business guests are prepared enough for social spaces.					

## FORMULAIRE D'ENQUÊTE

Chers participants ;

Ce sondage des employés de tourisme de santé thérapeutiques des clients domestiques et étrangers les services qu'ils reçoivent des Patients afin d'examiner l'effet de satisfaction « avec la Fondation. Les résultats de la recherche serviront aux fins d'une étude académique de données. Votre participation est très précieuse pour les travaux de l'enquête recherche mettra en lumière les résultats à obtenir. Je vous remercie pour votre soutien à notre travail.

Muhammed Can Yavuz

La première partie de la fiche de renseignements personnels	
Votre sexe :	<input type="checkbox"/> Femme <input type="checkbox"/> Mâle
État matrimonial :	<input type="checkbox"/> Marié <input type="checkbox"/> Unique
Votre âge :	
Niveau d'éducation :	<input type="checkbox"/> Élémentaire <input type="checkbox"/> École secondaire <input type="checkbox"/> Degré d'associé <input type="checkbox"/> Université <input type="checkbox"/> Troisième cycle ou de doctorat
De la même institution dans la santé publique avant ?	<input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> No
Nationalité :	<input type="checkbox"/> T.C                      Autres .....

La deuxième partie de la qualité de Service-Customer Satisfaction Rating Scale					
	Fortement en désaccord	Je ne suis pas d'accord	Je m'abstiens	J'accepte	Fortement d'accord
<u>Évaluation du service rendu par l'institution</u>					
1. Quand vous arrivez aux procédures d'entrée premières institution santé a été menée d'une manière rapide et complète.					
2. La première entrée dans une ambiance chaleureuse et amicale Bienvenue dès l'instant où le temps de séchage est créée.					
3. Aux fins de renseignements personnels demandés rapidement et m'a demandé.					
4. Le but du traitement est utilisable avec la chambre ou les chambres était sur mes attentes.					
5. Au cours du processus de traitement afin de rencontrer le personnel spécial comme Jerry tient.					
6. L'avis du personnel des services questions sincèrement et répond à l'environnement.					
7. Le personnel qui fournissait des services de counseling était éduqué et poli.					
8. Nos chambres satisfera les besoins personnels qu'il y a toutes sortes de matériel.					
9. Je vais utiliser des salles et environnements créés rapidement sans perte de temps.					
10. Dans certaines périodes de la propreté des chambres sont nettoyées régulièrement.					
11. Divers genres de biens ou de stocks, requis par le personnel rapidement.					
12. Les repas compris dans la qualité.					



13. Les menus varient selon le choix du peuple à manger.					
14. Pour ceux qui la diète des calories de la nourriture dans les calculs.					
15. Comme les employés sont responsables de déploiement du personnel de manger est familier.					
16. Il a fait les soins personnels et les éléments de service propre.					
17. Il existe différents nettoyage personnel responsable à chaque étage.					
18. Il est non seulement à l'image de nettoyage fait de manière précise et détaillée.					
19. Les planchers sont les personnes qui assistent les désirs et les demandes du personnel constamment poursuit.					
20. Un cas négatif, conservant la santé bénéficie du personnes de service et they'il les suggestions nécessaires pour se détendre leur discours dans.					
21. Toutes sortes de clients reçoivent le service pour résoudre le problème de la sincère et sincèrement aider.					
22. Personnel d'étage enquis des réponses satisfaisantes aux questions posées.					
23. L'équipement physique du bâtiment service reçu a été conçu pour être agréable à l'avenir .					
24. Utilisé par toutes les parties communes sont bien entretenus et propres.					
25. Incendie et éventuellement des mesures de sécurité autour du bâtiment est nécessaire.					
26. Sera utilisé dans les structures ayant une déficience est disponible dans l'immeuble.					
27. Autre que routage fiches conseils disponibles et visibles à quiconque s'intéresse à la place.					
28. Pendant le temps que je sers services allait me satisfait.					
29. Chaque qualité de service est donnée par l'institution.					
30. Tout le personnel qui travaillent dans l'entreprise est conscient de l'intérêt des clients et des demandes de tâches communes à un niveau élevé.					
31. Les services ont été conduits en temps opportun et rapidement.					
32. Cadres supérieurs, y compris au sein des institutions exercent leurs fonctions.					
33. Institution peut choisir à nouveau une autre fois.					
34. L'Agence peut recommander autour de près de ce qui, selon moi, il faut.					
35. Staff is expert and knowledgeable of within the premises.					
36. En profitant du service pendant le temps de vous en a profité pour me rafraîchir assez d'occasions trouvées et que je pars.					
37. Je n'ai jamais eu un problème de communication avec les employés de l'institution, et je pense qu'ils sont un expert.					
38. L'institution où je suis alors que je ne veux pas être reposés et renouvelé la façon dont j'espère que le service de.					
39. Services ne trouvent pas trop en échange de paiement de la taxe.					
40. Institution peut encourir à l'époque je l'ai été, tout en bénéficiant d'exigences supplémentaires non-activités.					
41. Les frais demandés pour des demandes supplémentaires sont trop élevés.					
42. Prix des services s'adressent pour chaque segment aussi bien.					
43. Les problèmes de gestion avec les locaux pour les clients sont sensibles à la solution de.					
44. Services au service local et extérieur est adapté pour le transport.					
45. Service à partir du moment où que je me connecte toutes sortes de service qu'ils ont promis.					

46. Les enfants des clients d'obtenir suffisamment d'activités privées des domaines et services peuvent être fournis.					
47. Invités de l'échelle de l'entreprise sont préparées suffisamment d'espaces sociaux.					



## المسح اسه تمارة

الأعضاء؛ المشاركون

التي الخدمات والأجانب المدل بين العملاء من العلاجية "الصدية السباحة" لموظف في اسه تفصائل دراسة ال بحث هذا دراسة ب. يانات عرض الأبد حاث ن تائج وسه تسه تخدم. لمؤسسة" الارتاح تأثر ير دراسة أجل من المرضى ي تلقونها الحصول ي تم التي ال نتائج على الضوء ي لقي سوف ال بحوث مسح ل لعمل ل لغاية ق يمة بك ال خاص مشاركة. أكاديمية لدراسه تناب توف يره قمت الذي الدعم على لك شكرًا عليها

Muhammed Can Yavuz

الشخصية المعلومات نموذج من الأول الجزء	
الجنس:	أنثى ( ) امرأة ( )
الزوجية الحالة:	واحد ( ) ال تعل يمية الحالة ( )
ت تعيش كنت:	
ال تعل يمية الحالة:	درجة على الحصول ( ) ال ثانوية المدارس ( ) الاب تئانية المرحلة ( ) جامعة ( ) ال دب لوم الذك توراها/العل ييا الدراسات ( )
المؤسسة ن فس من ق بل؟ ال صحة خدمة في:	لا ( ) نعم ( )
الجنسية:	الأخرى ..... T.C ( )

ال تصريف مقاييس رضاء-الخدمة نوعية من الثاني الجزء				
ب شدة أوافق لا	أوافق لا	عن الام تنوع أذا ال تصويت	أوافق	ب شدة أوافق
المؤسسة من المقدمة الخدمات ق ييم				
1. سريعة ب طرية ن فذت ال صحة مؤسسة أول دخول إجراءات على تحصل عندما وكاملة.				
2. وودية حارة تر حبيب ب ينة في الأول الإدخال إن شاء ي تم التي اللحظة مننذ ج فاف.				
3. ط ل بت ما و سرعان مني ط ل بت التي الشخصية المعلومات عرض.				
4. ت وقت عاتي في في كان غرف أو غرفة مع اسه تخدامها ل ي تم ال علاج من والهدف.				
5. ت و د ك جيري الخاصة الأف راد ت ل بية أجل من المعالجة عملا ية آ ث ناء.				
6. ملائمة وإجابات ب إخلاص الأس نة الموظف بين اسه تشارية خدمات.				
7. ومهذب المدرب بين، الموظف بين من المشورة.				
8. ال شخصية الاح تياجات تر ضى غرف نا الأجهزة أنواع جميع وهناك.				
9. ض ياع دون ب سرعة إن شأؤها تم التي وال بيئات غرف اسه تخدام إلى ذاهب أذا الوقت.				
10. ي ان نظام ت نظ ي فهيا ي تم ال غرف ل تنظ يف معينة ف ترات في.				
11. ب سرعة الأف راد المطلوبة ال جرد، ق وائهم أو ال بضائع من مخ تلفة أنواع.				
12. معينة نوعية في المدرجة القوائم.				
13. الطعام ل تناول الشعب ل خ يار تبعاً تخ تلف القوائم.				
14. ال حسابية العمل يات في للأغذية الحرارية ال سعرات حمية الذين لأولئك.				
15. مألوف الطعام ل تناول الأف راد ن شر عن المسؤول بين الموظف بين من كما.				
16. نظ يفة الشخصية والعناية ال خدمة عناصر على وقدم.				
17. طابق كل عن المسؤول بين الموظف بين تنظ يف مخ تلف وهناك.				

18.	وم فصللة دقة يفة طرية الة صورة ت نظيف في في قطلا يس ذلك وي تم.					
19.	ورغ باتهم الأف راد ط ل بات ي ساعدون الذين الأ شخاص ت تبع هي الأر ضيات . ب. اس تمرار					
20.	ال لازمة والاق تراحات ال ناس خدمة من ت س ت ف ي دب ال صحة الاح ت فاظ سل ب بة حالة ال خطاب في عل بها ال ع ثور تم ال تي منها ل لاس ترخاء					
21.	ومخلصة صادقة مشكلة ل حل ال خدمة ت لقي ال عملاء أنواع جم يع ت ساعد.					
22.	الأسئلة على مرضية إجابات عن ال كلمة الموظ فين و سأل.					
23.	ل لم س ت ق بل إرضاء ل يكون صمم ت لقي خدمة ل بناء الامادية الامعدات.					
24.	ونظ يفة جيدا صديان تها ي تم ال عامة الأماكن كافة ق بل من الم س ت خدمة.					
25.	الم بنى حول الأم نية الإجراءات من وممكن ال نار مط لوب.					
26.	الم بنى في ي ي توفر المعوق ين هياكل في اس تخدام س ي تم.					
27.	المكان في مه تم شخص لاي ومرئ ية الم تاحة المشورة أوراق ت و ج يه ب خلاف.					
28.	ل ي لإرضاء ذاه با خدمات ت خدم الوقت أ ناء.					
29.	المؤسسة ت قدمها خدمة جودة كل.					
30.	وط ل بات ال عملاء اه تمام من ب ي نه على المؤسسة في ي عملون الذين الأف راد جم يع . رف يع مس توى على المشد تركة المهام					
31.	وب سرعة المناسب الوقت في ال خدمات أجريت وقد .					
32.	واج باتهم أداء المؤسسة داخل ذلك في ب ما المديرين ك بار .					
33.	الأخرى الوقت ب بعض أخرى مرة المؤسسة ت خ تار قد .					
34.	إلى حاجة هناك أن أع ت قد ما من ق ر ي بة حول الوكالة ي وصي أن ي يمكن .					
35.	العمل أماكن داخل من والمطلع بين ال خ براء الموظ فين من .					
36.	فرص من ي ك في مال تحديد ال فرصة أخذ الذي الوقت خلال ال خدمة من ال اس ت فادة . وسأغادر ن فسي على ال ع ثور					
37.	خ ب ير أنهم وأع ت قد المؤسسة، العامل بين مع الات صال في مشكلة أ صب ل م .					
38.	ب ال خدمة واثق الطريق وت جديد ت قع، أن إلى ذاهب أنا ب ينما أي ح يث مؤسسة . من .					
39.	الر سوم دفع مقابل ال ك ث ير ت جد لا خدمات .					
40.	مطالب من ت س ت ف ي ح ين في ت م، ل قد الوقت خلال المؤسسة ت تحمل قد . أ ن شطة-ع ير إضاف ية					
41.	جداً مرت فعة إضاف ية لمطالب ال مط لوبية الر سوم .					
42.	وكذلك قطاع، ل كل اح ت ياجات ت ل بي ال تي ال خدمات ت س ع ير .					
43.	ل لحل ح ساسة الأماكن في ال ز ي بان مع المشاكل إدارة .					
44.	ل لنقل مناسبة ال بلدة وخارج المدة ال خدمات .					
45.	بها وعدت ال تي ال خدمات أنواع جم يع ت س ج يل لحظة من ال خدمة .					
46.	ال خاصة ال ح قول ل خدمة ي ك في ما على ال حصول من ال عملاء أط فال ت وف ي ر و ي يمكن . والأن شطة					
47.	الاج تماع ية ل لم ساحات ي ك في ما ال ضد يوف مس تعدون الأعمال كل ع ير .					

## ФОРМА АНКЕТЫ

Уважаемые участники опроса!

Это анкетирование проводится для изучения влияния услуг сотрудников на удовлетворение местных и иностранных пациентов, поступающих в оздоровительный туризм из учреждения. Результаты опроса будут использованы для изучения данных в академическом исследовании. Ваше участие в анкете неценно и прольёт свет на полученные результаты. Благодарим вас за поддержку.

Muhammed Can Yavuz

<b>Часть первая. Персональная информационная форма</b>	
Ваш пол:	<input type="checkbox"/> Женский пол <input type="checkbox"/> Мужской пол
Ваше семейное положение:	<input type="checkbox"/> Замужем/Женат <input type="checkbox"/> Не замужем/ Не женатый
Ваш возраст:	
Ваше образование:	<input type="checkbox"/> Начальное образование <input type="checkbox"/> Среднее образование <input type="checkbox"/> Ассоциированная степень <input type="checkbox"/> Средняя степень <input type="checkbox"/> Высшее / Доктор наук
Раньше вы получали медицинское обслуживание в этом учреждении?	<input type="checkbox"/> Да <input type="checkbox"/> Нет
Ваша национальность:	<input type="checkbox"/> Гражданка / Гражданин Турции                      Иное гражданство .....

<b>Часть вторая. Качество обслуживания- Оценка удовлетворенности клиентов</b>					
Оценка услуг, предоставляемых учреждением	Категорически не согласен/ не согласен	Не согласен/ не согласен	Не уверен/ уверен	Согласен/ согласен	Категорически согласен/ согласен
1. Когда вы впервые прибыли в медицинское учреждение, ваша регистрация была выполнена быстро и полностью.					
2. С момента первого входа в учреждение была создана теплая и дружелюбная атмосфера приема.					
3. Запрошенная обо мне личная информация взята и использована в удобной и последовательной форме.					
4. Комната или комнаты, которые используются в лечебных целях, превыше моих ожиданий.					
5. Во время моего лечения сотрудники постоянно спрашивают меня, удовлетворяются ли мои особые потребности.					
6. Сотрудники консультационных служб дружелюбны и дают искренние ответы на заданные вопросы.					
7. Персонал, предоставлявший консультационные услуги, образованный и вежливый.					
8. В комнатах где мы остаёмся есть все виды оборудования для удовлетворения наших личных потребностей.					
9. Комнаты и среда, которую я использовал/использовала были приготовлены быстро и без потери времени.					
10. В комнатах регулярно проводится уборка в определенные периоды.					
11. Персонал быстро предоставляет все виды товаров или различные инвентаризации.					

12. Блюда в учреждении включенные в предоставляемую услугу, качественные.					
13. Меню меняются в зависимости от предпочтений людей.					
14. Для тех кто придерживается диеты были сделаны расчеты калорий.					
15. Сотрудники, отвечающие за раздачу блюд, информированы о еде.					
16. Сотрудники службы соблюдают уход и имеют соответствующий чистый внешний вид.					
17. На каждом этаже есть свой уборщик.					
18. Уборка выполняется не только для видимости, но и тщательно и качественно.					
19. Помощники, работающие на этажах, постоянно следят за пожеланиями и требованиями людей.					
20. В случае неблагоприятной ситуации они, сохраняя спокойствие, предоставляют необходимые услуги и предложения тем, кто пользуется услугами здравоохранения.					
21. Они искренне и дружески готовы помочь решить любые проблемы клиентов.					
22. Я могу получить удовлетворительные ответы, когда задаю вопросы персоналу.					
23. Физическое оснащение здания, которое обслуживается, было спроектировано в приятном для глаз виде.					
24. Общественные зоны, используемые всеми, содержатся в хорошем состоянии и чисты.					
25. Возможные меры пожаротушения и безопасности вокруг здания соблюдены.					
26. Существуют также помещения для людей с ограниченными возможностями.					
27. За исключением консультационной службы, ориентировочные листы расположены надлежащим образом и общественно видимы.					
28. Услуги, предоставленные в течение времени, проведенного мной, были удовлетворительными для меня. .					
29. Каждая услуга, предоставляемая учреждением, квалифицирована.					
30. Весь персонал, работающий в учреждении, рассматривает интересы и желания клиентов на высоком уровне в понимании общей обязанности.					
31. Предоставляемые услуги были выполнены своевременно и быстро.					
32. Для каждого, включая старших руководителей в организации, это осознанная миссия.					
33. В следующий раз учреждение можно предпочесть еще раз.					
34. Близким и окружающим, которым, я думаю, нужны данные услуги, я могу порекомендовать данное учреждение.					
35. Я думаю, что сотрудники, которые работают в учреждении, являются экспертами и знающими своё дело.					
36. Во время пребывания в учреждении у меня была возможность использовать предоставленные услуги и я уезжаю отсюда отдохнувшим.					
37. У меня нет проблем с коммуникацией с сотрудниками учреждения, и я думаю, что они эксперты в этом вопросе.					
38. Я верю в услугу, которую получаю, и надеюсь по возвращению буду чувствовать себя отдохнувшим.					
39. Я не нахожу плату, которую я заплатила/ заплатил за предоставленные услуги, слишком высокой.					
40. Дополнительные сборы были сделаны при использовании видов деятельности, на которые не распространялось вознаграждение за весь период пребывания в учреждении.					
41. Сборы, за запрошенные дополнительные просьбы, были очень высокими.					
42. Предоставляемые платные услуги, удовлетворяют каждого.					

43. Руководство чувствительно к решению проблем, с которыми сталкиваются клиенты в организации.					
44. Доступ к зданию учреждения удобен как внутри, так и за пределами города.					
45. Они выполнили все услуги, которые были обещаны своим сервисом с момента моего прибытия.					
46. Для клиентов с детьми существуют возможности получать специальные услуги и специальные мероприятия.					
47. Так же для гостей создано достаточно социальных возможностей.					

