

**T.C.**  
**AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ**  
**SAĞLIK BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**  
**SAĞLIK TURİZMİ (İTERDİSİPLİNER)**  
**YÜKSEK LİSANS PROGRAMI**

**KUŞADASI SAĞLIK TURİZM POTANSİYELİNİN**  
**ARAŞTIRILMASI**

**Mehmet ADIGÜZEL**  
**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**DANIŞMAN**  
**Prof. Dr. Osman Eralp ÇOLAKOĞLU**

Bu tez Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Birimi tarafından  
..... proje numarası ile desteklenmiştir.

**AYDIN-2020**

## KABUL VE ONAY SAYFASI

Hazırda Var Olanlar Kullanılacak T.C. Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Sağlık Turizmi (İnterdisipliner) Yüksek Lisans Programı çerçevesinde Mehmet Adıgüzel tarafından hazırlanan “Kuşadası Sağlık Turizminin Araştırılması” başlıklı tez, aşağıdaki jüri tarafından Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Tez Savunma Tarihi: / /2020

## TEŞEKKÜR

Yüksek Lisans tez çalışmamda ilgi, yardım ve hoşgörüsünü hiçbir zaman esirgemeyen, daima sabır ve anlayışıyla en büyük destekçim olan danışmanım Prof. Dr. Osman Eralp Çolakoğlu'na çok teşekkür ederim. Ayrıca bana her konuda yardımcı olan ve desteğini esirgemeyen Anabilim Dalı öğretim üyelerinden Doç. Dr. Aziz Bostan ve Prof. Dr. Abdullah Tanrısevdi'ye, lisans ve yüksek lisans programlarımda, tüm öğrenim hayatım boyunca, en büyük destekçim olan Doç. Dr. Uğur Tandoğan'a teşekkürü bir borç bilirim.

Çalışmanın en önemli kısımlarında iş yoğunluklarına rağmen bana vakit ayırma nezaketi gösteren Kuşadası İlçe Kaymakamımız Sayın Sadettin Yücel'e ve Kuşadası İlçe Belediye Başkan Yardımcısı Sayın Remzi Çengel'e vermiş oldukları destekten ötürü çok teşekkür ederim.

Yine bu çalışmanın ortaya çıkmasında odak grup görüşmesiyle yardımlarını aldığım profesyonel turist rehberleri Sayın İsa Levent Gürçavdı, Oğuz Kutucu ve Mehmet Emin Konuk'a çok teşekkür ederim.

Özellikle elde edilen ses kayıtlarının deşifresinde bana yardımcı olan kız kardeşim Aslıhan Adıgüzel'e, sevgili dostum Hazal Kaya'ya çok teşekkür ederim.

Çalışmada bilgi ve tecrübelerinden birçok kez faydalandığım ağabeyim Ömer Adıgüzel'e çok teşekkür ederim.

Her şeyden önemlisi tez çalışmam süresince gösterdikleri ilgi, sabır, anlayış ve destekleri için, anne ve babama sonsuz teşekkür ederim.

# İÇİNDEKİLER

KABUL VE ONAY SAYFASI.....	iii
TEŞEKKÜR .....	iv
SİMGELER VE KISALTMALAR .....	viii
ŞEKİLLER DİZİNİ .....	ix
RESİMLER DİZİNİ .....	x
TABLOLAR DİZİNİ.....	xi
ÖZET .....	xii
ABSTRACT .....	xiii
1. GİRİŞ.....	1
1.1. Problemin Tanımı ve Önemi .....	1
1.2. Araştırmanın Amacı .....	1
1.3. Araştırmanın Hipotezleri .....	2
2. GENEL BİLGİLER.....	3
2.1. Turizm Kavramı .....	3
2.2. Türkiye Turizm Politikalarının İncelenmesi .....	3
2.2.1. Plansız Dönem.....	4
2.2.2. Planlı Dönem .....	5
2.2.2.1. Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı.....	5
2.2.2.2. İkinci Beş yıllık Kalkınma Planı .....	6
2.2.2.3. Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı .....	6
2.2.2.4. Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı.....	7
2.2.2.5. Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı.....	7
2.2.2.6. Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı.....	8
2.2.2.7. Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı .....	9

2.2.2.8. Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı .....	9
2.2.2.9. Dokuzuncu Kalkınma Planı .....	10
2.2.2.10. Onuncu Kalkınma Planı .....	10
2.3. Turistik Ürün Çeşitlendirmesi .....	13
2.3.1. Turistik Ürünün Çeşitlendirilmesinin Nedenleri .....	15
2.3.1.1. Dünya Turizm Hareketlerindeki Değişmeler .....	15
2.3.1.2. Turist Profilinin Değişimi ve Turizmde Son Eğilimler .....	15
2.3.1.3. Rekabet .....	16
2.3.1.4. Teknoloji .....	17
2.3.1.5. Marka ve İmaj Geliştirme İsteği .....	17
2.3.2. Turistik Ürün Çeşitlendirme Stratejisi .....	18
2.3.3. Turistik Ürün Çeşitlendirmesinde Sürdürülebilirlik .....	19
2.3.4. Turistik Ürün Çeşitlendirmesi Açısından Türkiye'deki Uygulamalar .....	21
2.4. Sağlık Turizminde Kavramsal Çerçeve .....	22
2.5. Sağlık Turizminin Tarihçesi .....	24
2.5.1. Antik Çağda Sağlık .....	25
2.5.2. Orta Çağ'da Sağlık Turizmi .....	27
2.5.3. Rönesans Dönemi ve Sonrası Sağlık Turizmi .....	29
2.6. Sağlık Turizminin Gelişmesinin Nedenleri .....	29
2.7. Sağlık Turizminin Genel Özellikleri .....	31
2.8. Sağlık Turizminin Faydaları .....	32
2.8.1. Sağlık Turizminin Somut Faydaları .....	32
2.8.2. Sağlık Turizminin Soyut Faydaları .....	33
2.9. Sağlık Turizmi Ekonomisi .....	34
2.10. Sağlık Turizminde Paydaşlar .....	40
2.11. Sağlık Turizmi Türleri .....	42

2.11.1. Medikal Turizm .....	43
2.11.2. Termal Turizm.....	49
2.11.3. Kuşadası'nda Termal Turizm .....	53
2.11.4. Geriatri ve Engelli Turizmi.....	54
3. GEREÇ VE YÖNTEM.....	58
3.1. Araştırma Yöntemi .....	58
3.1.1. Görüşme .....	59
3.1.2. Odak Grup Görüşmesi .....	60
3.1.3. Araştırma Evreni ve Örneklem.....	61
3.1.4. Araştırma Modeli.....	62
3.1.5. Verilerin Toplanması.....	63
3.1.6. Verilerin Analizi .....	63
3.1.1.1. Kuşadası İlçe Kaymakamı Yapılan Görüşme.....	65
3.1.1.2. Kuşadası Belediye Başkan Yardımcısı İle Yapılan Görüşme .....	73
3.1.2.1. Profesyonel Turist Rehberleri Odak Grup Görüşmesi .....	77
4. BULGULAR .....	87
4.1. Kuşadası İlçe Kaymakamı ile Yapılan Görüşmenin Değerlendirilmesi.....	87
4.2. Kuşadası Belediye Başkan Yardımcısı ile Yapılan Görüşme Değerlendirilmesi.....	90
4.3. Odak Grup Görüşmesi Sonucunda Elde Edilen Veriler .....	92
5. TARTIŞMA.....	97
6. SONUÇ VE ÖNERİLER .....	98
KAYNAKLAR.....	100
ÖZGEÇMİŞ.....	109

## SİMGELER VE KISALTMALAR

ATRO	: Aydın Turist Rehberleri Odası
TÜRSAB	: Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği
TUREB	: Türkiye Turist Rehberleri Birliği
M.Ö	: Milattan Önce
BKZ	: Bakınız
L.G	: İsa Levent Gürçavdı
O.K	: Oğuz Kutucu
M.K	: Mehmet Emin Konuk
BLD	: Belediye
BŞK	: Başkan
S	: Soru
C	: Cevap
OECD	: Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü
OPEC	: Petrol İhraç Eden Ülkeler Örgütü
TFS	: Tanıtım faaliyetleri sorunları
MG	: Mali Güçlükler
KKKS	: Kamu kurum ve kuruluşları kaynaklı sorunlar
ÜP	: Ülke politikaları kaynaklı sorunlar
İŞK	: İşletmelerden kaynaklanan sorunlar
YM	: Yasal mevzuattan kaynaklanan sorunlar
EKS	: Eğitim kaynaklı sorunlar

## ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1. Sağlık Turizmi Talep ve Arzının İncelenmesi (Yiğit V, 2016) .....	37
Şekil 2. Sağlık Turizminde Paydaşlar (saglik.gov.tr) .....	41
Şekil 3. Sağlık Turizm Türleri (Tengilimoğlu, 2017) . .....	42
Şekil 4. Medikal Turizm Endüstrisi İçin Girdiler (Gencal, 2019) .....	44
Şekil 5. Küreselleşme ve Medikal Turizmin Kavramsal Çerçevesi (Hadi A, 2009) .....	45
Şekil 6. Araştırma Modeli .....	62
Şekil 7. Yapılan Araştırmanın İçerik Analiz Modeli (Atay, 2011) .....	64
Şekil 8. Araştırma Verilerinin Tema ve Boyutları .....	94



## RESİMLER DİZİNİ

Resim 1. Türkiye Jeotermal Kaynaklar Dağılımı ve Uygulama Haritası ( <a href="http://www.mta.gov.tr">www.mta.gov.tr</a> ) .	
.....	51

## TABLolar DİZİNİ

Tablo 1. Yurt Dışında İkamet Eden Yerli ve Yabancı Ziyaretçilerin Ortalama Harcamalarının Yıllara Göre Dağılımı, Kültür ve Turizm Bakanlığı .....	12
Tablo 2. Türkiye’de Medikal Turizm Kapsamında Hastaların Geldikleri İlk 10 İlimiz ve Hasta Sayıları (Sayın vd, 2017) .....	36
Tablo 3. Geliş Nedenlerine Göre Ülkeden Çıkış Yapan Vatandaşlar (Yurt Dışı İkametli) (www.tuik.gov.tr).....	38
Tablo 4. Geliş Nedenlerine Göre Ülkeden Çıkış Yapan Ziyaretçiler (www.tuik.gov.tr) .....	39
Tablo 5. Geliş Nedenlerine Göre Ülkemizden Çıkış Yapan Ziyaretçiler (www.tuik.gov.tr) .	40
Tablo 6. Medikal Turizmde Ülkelerarası Fiyat Karşılaştırması (\$) (Zengingönül vd., 2012) .	46
Tablo 7. Ülkelerin Medikal Turizm Puanlaması (Ünal, 2019) .....	48
Tablo 8. Amaçlarına Göre Sağlık Turizm Hizmetleri (Yalçın,2013) .....	49
Tablo 9. Termal Kompleksler (Özbek 2015) .....	53
Tablo 10. Sağlık Bakanlığı İzinli Kuşadası Termal Turizm Merkezleri, (Aksu ve ark, 2011) .....	54
Tablo 11. Dünya’nın En Yaşlı Nüfusuna Sahip Olan Ülkeler (Aydoğdu ve ark, 2016) .....	55
Tablo 12. Engelli Bireylerin Turizm Faaliyetlerine Katılımda Karşılaştıkları Engeller, (Yılmazdoğan, 2015) .....	57
Tablo 13. Türkiye ve Bazı Ülkelerin Nüfusa Göre Engelli Oranları.....	57
Tablo 14. Ülkemizde Sağlık Turizminin Gelişimini Olumsuz Yönde Etkileyen Sebepler...	95

## ÖZET

### **KUŞADASI SAĞLIK TURİZMİ POTANSİYELİNİN ARAŞTIRILMASI**

**Adıgüzel M. Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Sağlık Turizmi (İnterdisipliner) Programı, Yüksek Lisans Tezi, Aydın, 2020.**

Sağlık hizmet maliyetlerinin artması, teknolojinin gelişimi, ulaşımın kolaylaşması, dünya yaşlı nüfusunun artması, sağlık hizmetlerinde bekleme sürelerinin uzaması, yaşam kalitesinin artırılma çabası ve estetik kaygılar gibi sebepler sağlık turizminin yükselen değerinin başlıca sebepleridir (Yirik ve ark, 2015) .

Ülkemizin sahip olduğu termal kaynaklar, antik dönemde ülkemizde yaşamış hekimler ve sağlık merkezi konumunda olan Asklepion'lar, onu antik çağlardan günümüze sağlık turizmi faaliyetlerinin sürdüğü bir konuma taşımıştır. Türkiye, her geçen gün dünya çapında ün kazanan hekimleri ve mümkün olan hemen her tedavi türünün uygulanabildiği sağlık turizmi tesisleri ile sağlık turizminde marka bir ülke olma yolunda güçlü bir aday olarak yer almaktadır.

Bu çalışmada, Kuşadası İlçe Kaymakamı ve Kuşadası ilçe Başkan Yardımcısı olmak üzere iki kişi ile ve katılımcıların tamamının profesyonel turist rehberlerinden oluştuğu odak grup görüşmesi yapılmıştır. Görüşmelerin deşifresi sonucunda ortaya çıkan verilerin analizleri literatür kaynaklarıyla birleştirilerek sonuç ve öneriler kısmında aktarılmıştır.

Çalışma sonucunda Kuşadası bölgesinin sağlık turizm potansiyeli ortaya çıkarılarak geliştirilmesi için yapılabilecekler sunulmuş ve sağlık turizminin önündeki hâlihazırda var olan problemler saptanarak olası çözüm önerileri geliştirilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Sağlık, Medikal, Termal, Turizm, Kuşadası.

## **ABSTRACT**

### **RESEARCH ON HEALTH TOURISM POTENTIAL OF KUŞADASI**

**Adıgüzel M. Adnan Menderes University Health Sciences Institute of Health Tourism  
Program (Interdisciplinary), Master's Thesis, Aydın, 2020.**

The main reasons of the rising popularity of health tourism are, increase in the cost of healthcare in the cost of healthcare services, technological developments, ease of traveling, increase in the elder population of the world, increase of waiting time in the healthcare services, effort to improve quality of life and aesthetic concerns.

The natural thermal springs, famous doctors lived throughout history and Asklepiions known as healthcare centers, helped on positioning Turkey as a health tourism center from ancient period until today. By the help of local doctors' growing reputation worldwide day by day, and the full-fledged healthcare facilities that enables every possible treatment within, Turkey became a strong candidate of being a brand in health tourism.

In this study, Kusadasi district Governor and Kusadasi district Governor Vice President are interviewed individually. Additionally, a focus group of professional tourist guides are also interviewed. The analysis of the data gathered from the interview results was combined with the literature sources, and presented in the results and recommendations section.

As an outcome of the study, applicable improvements are stated to improve health tourism in Kusadasi by revealing the existing potentials, and also possible solutions to current difficulties of health tourism are developed .

**Key Words:** Health, Medical, Thermal, Tourism, Kuşada

# 1. GİRİŞ

Sağlık turizmi ülkelerin ekonomik gelişiminde büyük etkiler yaratan, her geçen sene daha da büyümekte olan bir sektördür. Şüphesiz insan davranışları zamanla şekil değiştirmektedir fakat insanların sahip oldukları en büyük hazine sağlıktır. Sağlık varken farkında olmadığımız fakat kaybettiğimiz zamanı geri kazanmak adına elimizden gelen mücadeleyi vereceğimiz bir husustur. İnsanın doğuştan gelen “hayatta kalma” arzusu sağlığını geri kazanabilmesi adına onu tarihin her döneminde olduğu yerden başka bir yeri ziyaret etme zorunluluğuna itmiştir.

Ülkemiz antik çağlardan günümüze kadar sağlık turizmi faaliyetlerinin görüldüğü bir coğrafyadadır. Sahip olduğu iklim koşulları doğal, kültürel, tarihi çekim unsurlarıyla Kuşadası, bu turizm türünün en iyi uygulanabileceği bir turistik çekim noktasıdır.

## 1.1. Problemin Tanımı ve Önemi

Birçok farklı turizm türünü içerisinde barındıran Kuşadası sağlık turizminde hedeflediği konuma ulaşamamıştır. Turizmin geleneksel kriterlerinden “boş zaman” kavramının, zorunluluk veya gereklilik sebebiyle sağlık turizminde zaman yaratmak yoluyla ortadan kalktığı bu turizm çeşidinin Kuşadası’nın mevsimsel turizm hareketlerini tüm yıla yayabilecek bir potansiyeli vardır. Gerek ekonomik getirileri gerekse yaratacağı istihdam sebebiyle Kuşadası sağlık turizminin gelişmesi hem bölge hem ülke ekonomisi açısından büyük önem arz etmektedir.

## 1.2. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı Kuşadası sağlık turizmi potansiyelini ortaya çıkararak, sağlık turizminin bölgedeki etkilerinin incelenmesi, bu turizm türünün bölgedeki gelişiminde karşılaştığı veya karşılaşılabileceği sorunların tespit edilerek, çözüm önerileri üretilebilmesidir.

### **1.3. Araştırmanın Hipotezleri**

Kuşadası sağlık turizm merkezi olabilme potansiyeli olan bir ilçedir. Kuşadası termal kaynakları bölgedeki termal turizm faaliyetleri açısından yeterli düzeydedir.

## 2. GENEL BİLGİLER

### 2.1. Turizm Kavramı

İnsanlar, tarihin her döneminde, hayatlarını idame ettirdikleri toprakları belirli sebeplerle kalıcı veya geçici süreli olarak değiştirmişlerdir. Bu değişim sürecinin sağlanması zamanla ciddi gelirlerin elde edildiği bir endüstriye dönüşerek, turizm olarak anılacaktır (Kozak ve ark, 2006) .

Turizm kelimesi Latince başladığı yerde biten yolculuğa katılan kişi, turist, anlamına gelen “ tornacense” kelimesinden türetilmiştir (Güneş ve ark, 2017) . Tiyaki’ye göre; M.Ö. 4000’li yıllarda Sümerliler’in tekerleği icad etmesinin ardından, gemilerin ticaret amacıyla kullanılmaya başlanması, seyahati kolaylaştırmıştır. Para kazanma amacı olmadan yapılan konaklamalı seyahat olması sebebiyle ilk turizm faaliyetleri Antik Yunan Olimpiyat Oyunları olarak bilinse de, 1994 yılında başlayan kazı çalışmalarıyla ortaya çıkarılan Göbeklitepe’nin, bir tapınım merkezi olarak yorumlanması ilerleyen yıllarda bizler için turizmin tarihini daha eski yıllara götürmesi beklenmektedir (Birinci ve ark, 2018) .

Ülkemizde turizm hareketlerinin başladığı ilk tarih 2. Mahmut döneminde alınan Kırlangıç isimli buharlı gemiye atfedilmektedir. Ardından kurulan tersaneler ve inşa edilen gemilerle birlikte iç turizm faaliyetleri büyük bir ivme kazanarak, gelişen teknolojiyle birlikte ülkeler açısından büyük bir ekonomik güç ve istihdam kaynağı olacaktır. Birinci dünya savaşının yıkıcı etkisi elbette turizmi de olumsuz yönden ciddi boyutta etkilemiştir.

Ardından cumhuriyetin ilk yıllarıyla beraber yeniden başlayan yükseliş, 1963 senesi itibariyle devlet politikalarının doğrudan içerisinde olup, milyonlarca insanın hayatını idame ettirdiği bir ekonomik gelir unsuruna dönüşmüştür.

### 2.2. Türkiye Turizm Politikalarının İncelenmesi

Bu bölümde Türkiye turizm politikaları, planlı ve plansız dönem olmak üzere iki ayrı bölümde incelenmiştir. Planlı dönemler ise çıkarıldıkları kalkınma planlarının çıkarıldıkları dönemlere göre alt başlık olarak verilmiştir.

### 2.2.1. Plansız Dönem

Türkiye Cumhuriyeti'nin ilk turizm faaliyetlerinin başlangıç yılı olarak 1926 olarak telaffuz edilse de cumhuriyetin ilk yıllarından itibaren turizm hareketliliği ve farkındalığı kendini hissettirmiştir. Hatta Mustafa Kemal Atatürk 6 Kasım 1923 yılında turizm örgütlenmelerini desteklemek açısından “Türk Seyyahin Cemiyeti’ni” (Turing klübü) kurmuştur (Kozak ve ark, 2014) .

Yine Mustafa Kemal Atatürk imzasıyla 1925 yılında feshedilen 1895 tarihli tercüman nizamnamesi ve ekindeki talimatnameyle de yabancılara rehberlik ve tercümanlık etmek isteyenlerin belediyelerden sertifika alması gerektiğini belirtmiştir.

Ayrıca aynı talimatnameyle bu kimselerin belediye ve şehir emanetlerince kurulacak bir komisyon tarafından sınav yapılması bu sınav sonucu yeterlilik sertifikası almaya hak kazananların, yalnızca sertifikanın verildiği belediye sınırları içerisinde bu işi yapabileceği belirtiliyordu. Rehber veya tercüman olmak isteyen kimselerin Türkçeye hakim ve en az bir yabancı dil bilen kimselerden seçilerek gelen turistlere yanlış bilgi verilmeleri durumunda veya ilgili belediye sınırı haricinde bu işi yapmaları durumunda belediyenin bu sertifikaları iptal yetkisi olduğu da belirtilmiştir.

Bu yetki İstanbul Şehremanetliğince Şubat ayında Türk Seyyahin Cemiyeti’ne teslim edilmiştir. 1932 yılı itibariyle bu tercüman ve rehberlerin olası ülke menfaatlerini tehdit edebilecek davranışlar sebebiyle Türk vatandaşlarından seçilmesine karar verilmiştir (Evcin, 2014) .

Turizm sektörü ile ilgili ilk yasal çalışma, 1934 yılında “İktisat Vekâleti Teşkilat ve Vazifeleri Hakkında 2450 Sayılı Kanun’u dur. 1950 yılında Turizm müesseselerini teşvik kanunu ve 1953 yılında turizm endüstrisini teşvik kanunu yürürlüğe girmiştir. 1955 yılında Turizm Bankası kurulmuştur. 1957’de Basın Yayın ve Turizm Bakanlığı kurulmuş, turizme verilen önem bakanlık düzeyine yükselmiştir. 1960 yılında ise turizm alanındaki faaliyet ve tasarruflar üzerine yoğun bir soruşturma hareketi başlatılmıştır. 1963 yılından günümüze kadar ise hala devamlılığını sürdürecektir 5 yıllık turizm kalkınma planları oluşturulmaya başlanmıştır (Yıldız, 2011) .



## **2.2.2. Planlı Dönem**

Bu dönemi incelerken 1963-1983 yılları arasındaki dönem ve sonrasında gelişen dönem birbirinden ayrı değerlendirilmelidir. Bu dönem içerisinde turizm politikaları ülkeye daha çok döviz katkısı sağlamak ve kitle turizmini artırmak üzerine kurulmuştur (Gülbahar, 2009) .

Cumhuriyet tarihi itibariyle turizm hareketleri giderek artmıştır. Lakin ikinci dünya savaşından sonra hareketlilik gün geçtikçe daha da hızlanmaya başlamıştır. Özellikle havayolu taşımacılığının turizm sektörüne entegre olması sonucunda kitle turizmi katılımcı sayısı öncesindeki dönemlere oranla çok ciddi artış göstermiştir.

Bunu takiben küreselleşen dünya yapısı, ülkelerin uzun yıllardır süregelen yurtdışı politikalarında esnekliğe gitmesini sağlamıştır. Böylelikle güvenlik kaygısı ortadan kalkan insanlar turizm hareketliliğine katılmaya başlamıştır.

Ülkemizde ise 1963 senesi itibariyle ülke politikaları artık turizm hareketliliğinin kontrol ve sürekliliğini sağlamak amacıyla planlı turizm hareketliliğine geçiş başlamıştır. Bu dönemde yaygınlaşmaya başlayan kitle turizmi hareketliliği birinci beş yıllık kalkınma planıyla yasalaştırılmıştır.

### **2.2.2.1. Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı**

1963-1967 yılları arasında yürütülen bu kalkınma planında ülkenin ödeme dengesinde bulunan açığın dengelenmesi için turizm faktöründen daha fazla gelir elde etmek, doğal, tarihi ve kültürel zenginliklerden azami ölçüde yararlanabilmek gerekliliği ortaya konulmuştur. Bu hususta gerekli yatırımların yapılarak, tanıtım faaliyetlerinin artırılması ilk öncelik olarak belirlenmiştir.

1963 yılının başında ülkeye gelen turist sayısı 200000 civarındayken, günümüzde ülkemize gelen turist sayısı 50 milyona yaklaşmıştır (Emekli, 2005) .

Bu dönemde yapılan planlar istenilen düzeye ulaşamasa da turizm planlamalarının başlangıcı olması, turizm politikasının resmi olarak bir devlet politikası olarak benimsenmesi açısından büyük önem arz etmektedir.

### **2.2.2.2. İkinci Beş yıllık Kalkınma Planı**

1968-1972 yılları arasında uygulanan ikinci beş yıllık kalkınma planıyla birlikte birinci beş yıllık kalkınma planında uygulamasında sorun yaşanan kararların işlevsel hale getirilmesinin yanı sıra turistlerin ortalama harcamalarının artırılması da amaçlanmıştır. Bu süreçte kitle turizminin gelişimi, yatırımcılara finansal destek sağlanması, turizm sektöründeki rekabetin uluslar arası standartlara uygun hale getirilmesi kararlaştırılmıştır. Ülkesel politika alt yapı hizmetleri devlet tarafından sağlanırken, üst yapı hizmetlerinde yatırımın özel sektöre devri konusunda karar kılınmıştır (Kozak ve ark, 2014) .

Bu dönemde en büyük farkındalık birinci beş yıllık kalkınma planında hedeflenen fakat başarılammış sonuçların gözden geçirilmesi ve ikinci beş yıllık kalkınma planında özellikle ülkemize gelen turistlerin kişi başı harcamalarının artırılması hususunda bir başarıdan söz etmek mümkündür. Yap-işlet-devret modelinin turizm sektöründe ilk örneklerini bu süreç içerisinde görmüş bulunmaktayız. Bu dönemden sonra aynı metotla birçok yeni turizm işletmesi ülke turizmüne kazandırılmıştır.

### **2.2.2.3. Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı**

1973-1977 dönemi belki de turizm planlarının istenilen şekilde gelişemediğinin, alınan kararların uygulanamadığının en net görüldüğü dönem kabul edilebilir. 1973'te dünya genelinde yaşanan petrol fiyatı artışına dayanan ekonomik buhran, şüphesiz turizm hareketlerini belirli ölçüde sınırlandırmıştır. Bunun yanı sıra 1974 Kıbrıs Barış Harekatı' da ülke turizm hareketlerini olumsuz yönde etkileyen etkenlerden bir diğeridir.

Yine ülkenin içerisinde bulunduğu siyasi koşullara bağlı olarak geçmiş iki turizm planı da incelenecek olursa kalkınma planlarında alınan kararlarda hedeflenen turist ve gelir düzeyine ulaşılamadığı görülmüştür. Fakat elbette sürecin planlı bir şekilde işlemesi plansız döneme nazaran ümit verici düzeydedir.

#### **2.2.2.4. Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı**

1978-1982 yılları ülke turizmi açısından adeta bir milat olmuştur. Ülkede 1980 darbesi sonrasında tekrar sağlanan refah ortamı turizm hareketlerinin rekor düzeyde artmasına sebep olacaktır. Bu dönem üzerine en çok durulması gereken konu ise 2634 sayılı Turizm Teşvik Kanunu'dur. Bu kanun sayesinde turizm yatırımları ve ülkeye gelen turist sayısı gün geçtikçe hızlı artışını sürdürmüştür.

Bu zamana kadar süregelen kanun ve kararnamelere ek olarak turizm teşvik kanunu içeriğinde; “yatırım fonu indirimi, düşük faizli kredi, finansman fonu desteği, bina inşaat istisnası, vergi-harç istisnası, teşvik primleri, döviz tahsisleri, katma değer vergisinde indirim, yabancı personel çalıştırılabilmesi izni, elektrik, su, hava gazı ve haberleşme” de indirim konuları da yasalaşmıştır.

Dördüncü kalkınma planı sonrası veriler incelendiğinde, ülkeye gelen turist sayısının ve yurt dışına giden vatandaş sayısının 2 milyonun üzerine çıkması, turizm hareketlerinde belirlenenin çok üzerinde pozitif bir göstergedir (Büyüksalvarcı, 2016) .

Turizm hareketleri bu dönem ülkede yaşanan siyasi olumsuzluklara rağmen turizmin geleceğine dair pozitif mesajlar vermektedir.

#### **2.2.2.5. Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı**

1983-1987 arasında turizmde ki hareketlilik turizm politikamızda değişikliklerin de kapısını açmıştır. Bu dönemde politikalar, kitle turizmin mevsimsellik özelliği de göz önünde bulundurularak, turizm hareketliliğın sürekliliği üzerine kurulmuştur. Ancak bireysel turizmin de ihmal edilmemesi gerekliliği belirlenmiştir.

Bu bağlamda, termal turizm, kış turizmi, festival turizmi, yat turizmi ve konferans turizmi gelişimine yönelik kararlar alınmıştır. Bu süreçten sonra özellikle Afyon ve Pamukkale bölgelerimizde termal turizm adına ciddi yatırımlar yapılmıştır.

Beşinci beş yıllık kalkınma planında alınan kararlar şöyledir;

1) Türkiye'nin tabii, tarihi, arkeolojik ve kültürel varlığı, kış, av ve su sporları, festival, sağlık ve gençlik turizmi potansiyeli, ekolojik dengeyi koruma, çevreyi temiz tutma

ve güzelleştirme ilkeleri doğrultusunda değerlendirilecektir.

2) Türkiye, OECD ve OPEC ülkelerinin yanı sıra Balkanlar ve Üçüncü Dünya Ülkeleri ile turistik ilişkilerini geliştirecektir.

3) Kitle turizmine önem verilirken bireysel turizm de ihmal edilmeyecektir. Çalışanların en uygun şartlarda tatil yapmaları ve dinlenmeleri sağlanacaktır.

4) Doğal ve kültürel çevre değerlerini kapsayan turizm kaynakları envanteri çıkarılacaktır.

5) Turizm Bankası'nın doğrudan yatırım yapması yerine kredi kullandırması tercih edilecektir (DPT, 1984) .

Alınan kararlar büyük ölçüde uygulanabilmiştir. Bu dönem alınan kararlarla birlikte ülkenin turist çerçevesinde bir genişleme dönemi başlamıştır. Bu olumlu kararlar hala günümüz turizm politikalarımızda olumlu etkilerini sürdürmektedir.

#### **2.2.2.6. Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı**

1988-1993 döneminde önceki kalkınma planlarında alınan kararların yanı sıra dönem sonu döviz gelirlerinde %13,6-18,4 arasında artış planlanmıştır. Dönem içerisinde turizmde birçok konuda olumlu gelişmeler sürse de rakip Akdeniz ülkelerinde gelişimini sürdüren turizm hizmet kalitesindeki artışın olumsuz etkileri dikkat çekicidir.

6. Beş yıllık Kalkınma Planında alınan kararlar özetle, kongre, festival, 3. Yaş turizmi gibi niş pazarların desteklenmesi, sektör çalışanlarının nitelik ve nicelik açısından yeterliliğe ulaştırılması, turizm alt ve üst yapısının geliştirilmesi, kültür ve tabiat varlıklarının korunması, charter taşımacılığı, yerli seyahat acentelerinin tur operatörlüğüne teşviki kararlaştırılmıştır. Ayrıca turizmin mevsimsellik kalıbından sıyrılması, turistlerin en sağlıklı koşullarda ağırlanması da vurgulanmıştır (DPT, 1990) .

Turizmde ürün çeşitlendirme bu dönemden sonra literatüre ismini kalıcı harflerle yazdırmakla kalmayıp, özellikle dünya turizm hareketlerinin incelenmesi, ülke turizm politikalarından faydalanırken dünya konjonktürünün temel alınması ilerleyen dönem turizm politikasının şekillenmesinde önem arz etmektedir.

### **2.2.2.7. Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı**

1994-1999 yılları arasında ülkede turizm sektöründe uygulanan imtiyazların doğanın tahribi üzerindeki etkileri sebebiyle bu dönemde konaklama işletmeleri yatırımları yavaşlatılmış, sürdürülebilirlik ve alt yapı iyileştirme çalışmalarına önem verilmiştir.

Bunun yanı sıra kurvaziyer, dağ turizmi, yayla turizmi gibi yeni niş pazarlar gündeme gelmiştir. Bu dönemde de turizmi çeşitlendirememesi sorunu baş göstermektedir. Küçük ve orta ölçekli işletmelerin geliştirilmesi ve güçlendirilmesi adına teşvikler yapılacaktır.

Turizmde kalitenin artırılması için sertifikasyon sistemine geçilmesi ve turizmin en önemli bileşenlerinden biri olan turist rehberlerinin, turizmde etkinliklerinin artırılması amacıyla turist rehberleri birliği yasası çıkarılması kararı alınmıştır.

Bu dönemde özellikle akreditasyon konusunun dile getirilmesiyle birlikte turizmde kalitenin daha ileri bir seviyeye taşınmasının zemini hazırlanmıştır. Akreditasyon kavramı değişen ve gelişen turizm davranışlarının en duyarlı olduğu hususların başını çekmesi sebebiyle önemlidir.

### **2.2.2.8. Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı**

2000-2005 senelerini kapsayan bu kalkınma planıyla turizmin bu döneme kadar yeterince ulaşamadığı bölgelerimize yayılması planlanmıştır. Bu dönemde ana hedef olarak dünya turizm gelirlerinden alınan payın artırılması benimsenmiştir. Yine önceki dönemlerde olduğu gibi hizmet kalitesini artırmak adına; pazarlama, hava yolu ve toplum kalite hizmetlerini artırmaya yönelik teşviklerin devamlılığının sağlanması kararlaştırılmıştır.

Turizm işletmelerinde uluslararası standartlara uygunluk ve iş gücü niteliğinin iyileştirilmesine karar verilmiştir.

Eko turizmin geliştirilerek milli park ve benzeri alanların sayısı artırılması, sürdürülebilirlik adına ise tarihi mekanların ve sit alanlarının korunması kararlaştırılmıştır.

Sektörde ki küçük ölçekli işletmelerin KOBİ statüsünde değerlendirilmesine karar verilmiştir (Akça, 2016) . Almanya'nın ülke turizminde lokomotif güç olduğu bu yıllarda

artık diğer ülkelerde yavaş yavaş turizmimizin içerisinde yerlerini almaya başladığı gözlemlenmiştir.

#### **2.2.2.9. Dokuzuncu Kalkınma Planı**

Kendinden önceki kalkınma planlarından farklı olarak 2006-2013 yıllarını kapsayan 7 yıllık bir kalkınma planı yapılmıştır. Bu dönemde ülkemiz turizm gelirlerindeki artışın, dünya genelinde yaşanmış olan ekonomik krizden daha az ölçüde etkilenmemizi sağladığı söylenebilir.

Daha önceki dönemlerde alınan karar ve politikalar tekrarlanmış (sürdürülebilirlik, hizmet kalitesi, bölgesel eşitliğin sağlanması vs) bunun yanı sıra çevreci politikalarda titizlik gösterilmiştir. Dönemin son yılında yaşanan Gezi Olayları'nın ülke turizmine ciddi zarar vereceği düşünülmüşse de turizmde olan kaybın beklenen düzeyin altında kaldığı söylenebilir.

Bu bölümde öncelikle Türkiye'de 2000'li yıllarda turizm arzında gerçekleşen değişimler incelenecektir. Bu çerçevede ülkeyi ziyaret eden yerli ve yabancı turistler, bunların geceleme ortalamaları ve ilgili tesislerin doluluk oranları değerlendirilmiştir. Daha sonra ise uluslararası turizm faaliyetlerinden elde edilen turizm gelirleri ve turizmin istihdama olan etkileri analiz edilip ülke turizm politikaları buna göre hazırlanmıştır (Şanlıoğlu ve ark, 2017) .

#### **2.2.2.10. Onuncu Kalkınma Planı**

Onuncu kalkınma planı 2014-2018 yılları politikalarını kapsamaktadır. Bu dönemde ülke politikasına paralel bir şekilde 2023 turizm strateji planı da yapılmış olduğu için kalkınma planında turizme daha az yer verildiği gözlemlenebilir. Diğer kalkınma planlarında alınan kararların yanı sıra bu yıllar arasında yaşanan sıkıntılı süreçler nedeniyle ve krizlerden diğer turizm çeşitlerine nazaran daha az etkilenmesi sebebiyle sağlık turizmi kavramı üzerine durulmuştur. Mevsimsellik özelliğinin bulunmaması da yine sağlık turizmi teşviklerinde olası sebepler arasında gösterilebilir.

Bu dönem ülkemiz tarihi açısından ne yazık ki maddi ve manevi birçok kayba sebep olmuştur. 2015 Rus uçağının düşürülmesiyle başlayan krizler, İstanbul tarihi yarımada da yaşanan terör saldırısı, 2016 yılı darbe girişimiyle hat safhaya ulaşacaktır. 2014 yılında 34 milyar dolar olan turizm gelirlerimizin 2016 yılında 22 milyar dolar seviyelerine düştüğünü gözlemlenebilmektedir. Bu kriz döneminin ülkemize kazandırdığı en büyük artı ise şüphesiz iç turizm hareketlerinde olan artıştır (Çelikkaya ve ark, 2018) .

Gerek yurtdışında yaşayan vatandaşlarımızın, gerekse yurt içindeki vatandaşlarımızın bu sürecin beklenilenin altında olumsuz etkilerle sonlanmasına yardımcı olduğunu söyleyebiliriz. Tüm bunların yanı sıra ülke genelinde 2018 yılı turizmde bir nevi ayağa kalkış yılı ilan edilmiş ve yapılan 3. Turizm Şurası'nda belirli konular üzerine hayli durulmuştur. Özellikle sağlık turizmi ve yabancı yatırımcılara verilecek imtiyazlar konusundaki vurgu ülke basınında yankı uyandırmıştır.

Ülkemiz turistik ürün çeşitlendirme konusunda birçok farklı alternatifte sahiptir. Kuş gözlemciliğinden mağara turizmine, kış turizminden trekkinge, botanik turizminden yayla turizmine, inanç turizminden golf turizmine, termal turizmden sosyal turizm gibi çok sayıda turistik ürün çeşitliliğine sahip ülkelerden biri olma özelliği göstermektedir.

Turizm alanında diğer hizmet sektörlerinde de olduğu gibi doğru hedef pazarı belirleme konusuna öncelik verilmesi gerekmektedir.

Dünya turizm örgütü kendi internet sitesi üzerinden devamlı olarak bölgesel çekiciliklerin ön plana çıktığı butik ve sürdürülebilir turizm trendlerinin vurgusunu yapmakta ve bunların yeni dönem turizm hareketlerine yön vereceğini belirtmektedir.

Sağlık turizminin önemi her geçen gün dünya genelinde önemi artmaktadır. Ülkemizde de son yıllarda yaşanan krizler sağlık turizminin yükselen değeri göz önüne çıkarak, sağlık turizmini turizm politikalarımızın içine dahil etmiştir. Özellikle 3. Turizm şurasında yapılan vurgular şüphesiz ki önümüzdeki yıllarda sağlık turizminin adından oldukça söz ettireceği görüşünü destekler niteliktedir (www.unwto.org) .

Kültür ve Turizm Bakanlığı da bu doğrultuda kararlar almaktadır. Her sene düzenli olarak yayınlanan raporlarda yurt dışından gelen ziyaretçiler amaçlarına göre gruplandırılmaktadır. Diğer yandan sınırlarda yapılan anketler ise ortalama geceleme ve harcama gibi istatistiksel bilgileri ortaya koymakta ve elde edilen sonuçlar doğrultusunda ilgili turizm türlerine teşvikler sağlanmaktadır.

**Tablo 1.** Yurt Dışında İkamet Eden Yerli ve Yabancı Ziyaretçilerin Ortalama Harcamalarının Yıllara Göre Dağılımı, Kültür ve Turizm Bakanlığı (www.yigm.kulturturizm.gov.tr) .

Yıllar	TOPLAM					
	Gelen Ziyaretçi Sayısı	Çıkan Ziyaretçi Sayısı	Turizm Geliri 1000\$	Ortalama Harcama \$	Turizm Gelirinin Gsyih İçindeki Payı (%)	Turizm Giderleri Milyon \$
2005	25 045 142	24 124 501	20 322 111	842	4,1	3 395
2006	23 924 023	23 148 669	18 593 951	803	3,4	3 271
2007	27 239 630	27 214 988	20 942 500	770	3,1	4 043
2008	31 137 774	30 979 979	25 415 067	820	3,3	4 266
2009	31 759 816	32 006 149	25 064 482	783	3,9	5 090
2010	32 997 308	33 027 943	24 930 997	755	3,2	5 875
2011	36 769 039	36 151 328	28 115 692	778	3,4	5 531
2012	37 715 225	36 463 921	29 007 003	795	3,3	4 593
2013	39 860 771	39 226 226	32 308 991	824	3,4	5 254
2014	41 627 246	41 415 070	34 305 903	828	3,7	5 470
2015	41 114 069	41 617 530	31 464 777	756	3,7	5 698
2016	30 906 680	31 365 330	22 107 440	705	2,6	5 050
2017	37 969 824	38 620 346	26 283 656	681	3,1	5 137
2018	46 112 592	45 628 673	29 512 926	647	3,8	4 896

Tablo 1’i incelediğimizde 2012 yılında yaklaşık 38 milyon olan turist sayımızın 2013’de yaklaşık 40 milyona çıktığı ve kişi başı ortalama harcamanın da 795\$ seviyesinden 824\$ seviyesine yükseldiği açıkça görülmektedir (Dinçer ve ark, 2015) .

Yine tablodan yola çıkarak, 2006 yılında Almanya’da düzenlenen FIFA Dünya Kupası gibi uluslararası spor organizasyonlarının, 2010 yılında Ortadoğu’da yaşanan Arap Baharı ve sonrasında ortaya çıkan İşid terör örgütü saldırıları gibi küresel krizlerin ülkemize gelen ziyaretçi sayısında düşüşe sebep olduğu rahatlıkla gözlemlenebilmektedir.

Her ne kadar ilerleyen yıllarda turist sayısında 2003 yılına nazaran çok ciddi artışlar görülse de, gelen turistlerin ortalama harcamalarının turizm gelirlerinin Gayrisafi Yurtiçi Hasıla içerisindeki payında hala 2003’teki seviyeyi yakalayamadığı gözlemlenebilir.



### 2.3. Turistik Ürün Çeşitlendirmesi

Ürün çeşitlendirme, işletmenin satışa sunduğu ürünlerin sayısında ya da çeşidinde yapılan eklemeleri ya da çıkarmaları ifade eden bir kavramdır. İşletmenin var olan ürünlerini terk etmeden yeni bir ürün oluşturma çabasına girmesi çeşitlendirmenin ana ilkesidir. İşletmenin çeşitlendirme yoluyla ürettiği ürünün asıl ürünleriyle ilişkisi olması gerekmektedir.

Bir diğer tanımıyla ürün çeşitlendirme; işletmelerin veya ülkelerin pazar paylarını korumak ve geliştirmek amacıyla, arzlarını farklılaştırma yönündeki çabalarının tümüne denir. Aynı sektörde bulunan işletmelerin, daha geniş bir kitleye hitap edebilmesi ise ürün çeşitlendirmesini zorunlu kılmaktadır.

Turistik işletmelerin ve destinasyonların pazar paylarını korumak veya geliştirmek amacıyla, direkt çekim gücü oluşturacak yeni ürünler üretmeleri ve yeni pazarlara girerek büyümeleri olarak tanımlanabilir. Turistik ürünler ana çekim unsurunu oluşturan ürünü destekleyici durumda da bulunabilirler. Öreğin; turistik tüketici, seyahati boyunca tek bir turistik ürün çeşidini talep edebileceği gibi farklı çeşitlerin birleşimini de seyahatine katmayı tercih edebilir. Turistik ürün çeşitlendirmesi, bir pazarlama stratejisidir. Destinasyonların gelişim göstermesi ve dünyadaki yeni trendlere uyum sağlayabilmesinde etkili bir çözümdür. Var olan ürünlerin terk edilmeden yeni bir ürün oluşturma çabasına girilmesi ise turistik ürün çeşitlendirmenin ana ilkelerinden biri olarak gösterilmektedir (Akgül, 2003).

Türkiye turizmine bakıldığında, yoğun sezon denen 5-6 ayda turizm canlanmakta, diğer aylarda ise düşük sezon yaşanmaktadır. Türkiye’de potansiyel olduğu halde 6-7 ana ürün dışında kalanlar piyasaya sunulmamaktadır. Turizmciler alternatif ürünleri ortaya çıkarmak yerine talebin yoğun olduğu ürünler üzerinde yoğunlaşmaktadır. Aynı ürünü pazarlayan çok sayıda turizmciler bulunmakta ve bu da kaliteli kum-deniz-güneş ürününün ucuz satılmasına yol açmaktadır. Ülkemizde ürün çeşitlemesi değil fiyat çeşitlemesi söz konusudur (Pamukçu ve ark, 2017).

Turistik ürün çeşitlendirme üç farklı şekilde görülmektedir. Bunlar, yeni ürün geliştirme, destekleyici ürün ve farklılaştırılmış üründür. Var olan turistik ürüne karşı rakip olabilecek, kendi başına da çekim gücüne sahip ve kendi talebini yaratabilecek turistik ürünler, yeni turistik ürün olarak isimlendirilmektedirler. Yani ortaya çıkan yeni turistik

ürün çeşidi, kendi başına özgün bir turistik çekim ögesi niteliği kazanarak, tek başına turistleri çekmektedir. Bunun dışında kalan turistik ürünler ise ana çekim unsurunu oluşturan ürünü destekleyici durumda bulunabilirler. Turistik ürün tüketicileri, seyahati boyunca yalnızca bir turistik ürün çeşidini talep edebileceği gibi birden çok çeşitlerin birleşimini de seyahatine dahil etmeyi tercih edebilir (Kılıç ve ark, 2010) .

Turistik ürün çeşitleri, ülke ve bölgelerin mevcutta elinde bulunan alt ve üstyapı olanakları ve tamamlayıcı hizmetler ile yine sahip olduğu doğal, kültürel ve toplumsal kaynakların çeşitliliğine bağlı olarak değişmektedir (Demir ve ark, 2004) . Dünya Turizm Örgütü'ne (WTO) göre, turizm sektöründe şu ana kadar bilinen yatırım yapılacak 300 farklı turizm çeşidi bulunmaktadır. Elbette zamanla bunların sayısında değişim görülebilmesi ihtimali bulunmaktadır.

Gelişen teknoloji ve bunun eşliğinde farklılaşan insan davranışları incelendiğinde bugünün normalleri yarın aynı değerlere sahip olmayabilir. İnsanların ihtiyaç ve talepleri doğrultusunda bu çeşitlilik yelpazesi daha da genişleyebilir. Bundan dolayı turizm sektöründe yaşanan rekabet ortamında ayakta kalmak ve istenilen düzeyde yararlanabilmek için işletmelerin ve destinasyonların ürün çeşitliliğine gitmesi ayakta kalabilmeleri adına bir zorunluluktur.

Turistik ürün çeşitliliği, rekabet koşullarına adapte olabilmek, rekabet konusunda üstünlük elde edebilmek; elde edilen üstünlüğü ise sürdürülebilir hale getirebilmek için turizm arzı artırma ve farklılaştırma çabasına yardımcı olur. Turistik ürün çeşitlendirmesi adına yapılan tüm tanımlarda arz kapasitesi ve rekabetin güçlendirilerek artırılabilmesi için ürünlerin çeşitlendirilmesi vurguları yapılmaktadır. Bu yüzden de işletmeler ve destinasyonlar, klasik turizm ürünlerinin dışında, mevcutta elinde bulunan tarihi, sosyal, kültürel, doğal vb. kaynakları ulaşılabilir hale getirilmelidirler. Ardından ise bu kaynakları mevcut imkânlar ile destekleyerek hedef kitlelerin hizmetine sunmaları gerekmektedir. Çünkü turistik ürün çeşitlendirmesinde ki en temel amaç, işletme veya destinasyonun sahip olduğu mevcut ve potansiyel kaynakları etkin değerlendirerek, turizm faaliyetini sürdürülebilir hale getirmektir. Bu amaçlar doğrultusunda hareket eden işletmelerin rekabet güçleri daha yüksek olmaktadır (Akgül, 2003) .

### **2.3.1. Turistik Ürünün Çeşitlendirilmesinin Nedenleri**

Turistik ürün çeşitlendirmesi ile turistlere yönelik yeni olanaklar sunularak belirli turistik merkezlere olan yoğunluk hafifletilmiş olur. Böylelikle, kıyı turizminde oluşan taşıma kapasitesinin aşılması durumu da ortadan kaldırılabilir. Turistik ürün çeşitlendirme sayesinde bölgesel yoğunluğun azaltılması yanında zaman yoğunluğu da ortadan kaldırılır. Bu sayede turizm, üzerinde adeta bir kalıp gibi oturan mevsimsellik kisvesinden de kurtulmuş olacaktır. Diğer yandan yıl boyunca turizmin yapılması arz ve talep çeşitliliği de yaratacaktır. Ayrıca satış ve pazarlama olanaklarının genişlemesi döviz girdilerini de arttırarak yıl boyu istihdam olanağı sağlamaktadır.

Turistik ürün çeşitlendirmesinin nedenleri aşağıda beş başlık altında incelenecektir (Tatar ve ark, 2010) .

#### **2.3.1.1. Dünya Turizm Hareketlerindeki Değişmeler**

Süreç içinde ivme kazanan kitle turizminin yerini alternatif turizm çeşitlerine bıraktığı gözlenmektedir. Kitle turizmine katılım gösteren turistler artık farklı arayışlara yönelmişlerdir. Gelecek dönemlerde uluslararası turizm hareketlerinin, gelir seviyesi yüksek turizm pazarlarından, daha bakir turistik arz kaynaklarına sahip turistik bölgelere doğru kayacağı tahmin edilmektedir. Yine değerlerini tanıtabilen yeni destinasyonlar turizm hareketlerinin değişiminde kendi çekim güçlerini oluşturacaklardır.

Dünya turizm örgütünün bu hususta ön görüşü daha çok eko turizm, sağlık turizmi, gurme turizmi gibi sürdürülebilir ve içerisinde kültürel öğeleri barındıran turizm türlerinin tercih edilme oranlarının yüksek olacağı yönündedir (www.unwto.org) .

#### **2.3.1.2. Turist Profilinin Değişimi ve Turizmde Son Eğilimler**

Turizmde yaşanan yeniliklerden biri de turistlerin davranışları ve tercihlerindeki değişimlerdir. Bu nedenle ülkeler, turizm politikalarını yeniden gözden geçirmekte, uluslararası talep yapısındaki değişiklikleri ve yenilikleri iyi analiz ederek, rekabet

stratejilerini bu değişime göre şekillendirmeye çalışmaktadırlar. Böylelikle destinasyonlar daha avantajlı duruma gelebileceklerdir (Bahar ve ark, 2005) .

Dünya turizmi 2020 yılı itibariyle ciddi bir yara almış durumdadır. Bir çok turizm şirketinin dünya genelinde büyük bir travmaya sebep olan Covid-19 pandemisi sebebiyle faaliyetlerine son vermesi beklenen bir sonuçtur. Özellikle Asya pazarının bir müddet turizm hareketlerinin uzağında kalacağı gözlemlenmiştir.

Dünya Turizm Örgütü, yaşanan krizden sonra ülkeleri sağlık güvenliği açısından derecelendirerek gruplandırmıştır. Buna bağlı olarak, önümüzdeki yıllarda, turistlerinin destinasyon tercihlerini, sağlık hizmetlerinin başarılı şekilde yürütüldüğü ülkeleri göz önünde bulundurarak tercih etmesi olasıdır.

Bu yüzden Kültür ve Turizm Bakanlığı’da bu salgın süreci krizini fırsata dönüştürebilmek adına işletmelerin yeterliliklerini gösterecek “Koronasız Alan Sertifikası” adında bir sertifika yürürlüğe koyarak turizm işletmelerinin bu sertifikayı almalarını hedeflemektedir. Şüphesiz ki ilerleyen süreçte turizm hareketlerine çok büyük getirisi olacak bu sertifikasyonun değişen turist satın alma davranışlarında olumlu etkileri olması beklenmektedir (www.milliyet.com.tr) .

### **2.3.1.3. Rekabet**

Günümüzde rekabetin en önemli tetikleyicisi hızla yaşanan küreselleşme sürecidir. Küreselleşme, sektörler arası rekabet güçlerini tamamen değiştirebilmekte, firmalar ve ülkeler arasında rekabet savaşını körüklemektedir.

Küreselleşme sürecinin ortaya koyduğu bir diğer gerçek de, geçmişte rekabet gücünü sağlayan unsurların gelecekte de aynı avantajı sağlamayacağıdır. Bu nedenle ekonomik anlamda başarılı olmak, rekabet gücü elde etmek için, sürekli yenilik yapmak ve rakiplerine göre daha farklı ürünler geliştirerek pazar payını korumak gerekmektedir.

Dünya turizminin önde gelen ülkeleri, yerel eylem planlarından bölgesel planlara ve ulusal stratejik planlara kadar bir dizi planı devreye sokarak, turizmi istikrarlı ve sürdürülebilirlik ilkeleri doğrultusunda yönetme çabasındadırlar. Çok iyi bir örgütlenme, tutarlı politikalar, mekânsal ve sektörel bütünleşik planlamalar, sürekli kaliteyi yükseltme arayışları, turizm pazarındaki rekabet ortamında onları güçlü kılmaktadır.

#### **2.3.1.4. Teknoloji**

İletişim teknolojisindeki hızlı gelişmeler, ulaşım araçlarındaki hız, konfor, kapasite ve fiyat faktörlerindeki gelişmeler, tüm sektörlerde olduğu gibi uluslararası turizmin de gelişmesine büyük bir ivme kazandırmıştır. Özellikle seyahat acentaları, tur operatörleri ve konaklama işletmelerindeki rezervasyon alımlarında bilgisayar teknolojisinin kullanılması, kısa sürede hizmetin gerçekleşmesini sağlamaktadır.

Öte yandan televizyon ve internetin yaygınlık kazanması, televizyon veya internette detaylarıyla görebildiği yöreleri ziyaret etmek isteyenlerin sayısını arttırmıştır.

Şüphesiz bu konuda iç turizmin, televizyon, dizi ve filmlerinin de rolü çok büyüktür. Dizilerin çekildiği bölgeler turistik destinasyonlara dönüşmüş, iç turizm bölgenin kalkınmasında ciddi bir ekonomik güç oluşturmuştur.

İnternet kullanımının hızla yaygınlaşmasıyla turizm işletmeleri internet aracılığıyla pazarlamaya yönelmişlerdir. İnternet üzerinden yapılacak tanıtımlar, daha fazla tüketiciye ulaşma fırsatı sağlamakta, sesli ve görsel içerikli tanıtımlar klasik tanıtım araçlarından daha etkili sonuçlar vermektedir. Ayrıca bu sayede turistler kendi tatillerini var olan paketten satın almakla yetinmeyip, ihtiyaçlarına uygun paketleri kendileri oluşturmaya başlamışlardır.

Turizm işletmelerinin kendi web sitelerini hazırlamaları, tüketicilerin işletme hakkında daha fazla bilgi sahibi olmasına, ne gibi olanaklar bulunduğunu görmesine ve diğer işletmelerle karşılaştırmalar yapabilmelerine olanak tanımaktadır.

Örneğin; cep telefonu uygulamalarıyla turistler kendinden önce bölgeyi deneyimlemiş olan insanların yorumlarını inceleyerek satın alma davranışlarını oluşturmaya başlamışlardır. Aplikasyonların kolay ulaşılabilir olmaları aynı zamanda karar verme sürecini kısaltarak satın alma hızının artmasına olanak sağlamıştır (Yavuz ve ark, 2012) .

#### **2.3.1.5. Marka ve İmaj Geliştirme İsteği**

Marka, ürünlerini satışa sunan kişilerin söz konusu bu ürünleri tanımlamak ve piyasadaki diğer emsallerinden ayırabilmek için kullandıkları isim, sembol, tasarım veya

bunların çeşitli bileşimleridir. İmaj ise, zihindeki çağrışımlar, hisler, tutumlar ve izlenimler ile bunların olumlu olumsuz değerlendirilmelerinden oluşan, akla gelen özet resim ya da sembolik anlamdır. Bölgelerin ve turizm işletmelerinin sahip oldukları imajlar turizm ürünü olarak ele alındığı gibi, turizm ürünü veya destinasyonun imajı da, tüketicinin nihai seçimi üzerinde etkili olduğu kabul edilmektedir.

Turizm bölgelerinin zaman içerisinde sahip olduğu imaj, tüketicilerin söz konusu bölgeleri tercih etmesinin nedenleri arasında üst sıralarda yer almaktadır. Örneğin, Türkiye'nin önemli turizm bölgelerinden Bodrum, sahip olduğu eğlence turizmine yönelik imajı dolayısıyla önemli oranda turizm talebini çekmektedir (Güler, 2010) .

Etkili bir imajın turizm işletmelerine sağladığı faydaları şu şekilde sıralayabiliriz:

İşletmenin marka, ürün ve hizmetine değer katar.

Esnek bir yapıda olması sebebiyle çalışanların bilgi ve yeteneklerinin sürekli değişim ve gelişimine katkıda bulunur.

Daha geniş bir müşteri kitlesine hitap etme gücü sağlar. Müşteriyle işletme arasında çift yönlü iletişimin sağlanmasına yardımcı olur.

Olası kriz yönetiminde hızlı çözüm olanakları sunar. Yeni stratejiler geliştirerek sorunların çözümünde doğru uygulamanın faaliyete geçirilmesini sağlar.

Örgütsel stresi azaltarak takım çalışmasının daha güçlü bir hale gelmesine yardımcı olur. Çalışanların motivasyonunu artırır.

İşletmenin daha geniş pazarlara ulaşmasına rehberlik eder.

Elbette tüm bunların yanında işletmelerin var olan misyon ve vizyonunun artmasına böylelikle de güçlü bir örgüt yapısına sahip olmaya olanak tanır (Gökdeniz ve ark, 2008) .

### **2.3.2. Turistik Ürün Çeşitlendirme Stratejisi**

Turistik ürün çeşitlendirme stratejisi, turistik ürün pazarlama stratejilerinden bir tanesidir. Bu çeşitlendirme sayesinde bir yörenin, bölgenin ve ülkenin turistik ürünleri artar ve buna bağlı olarak da turizm gelirleriyle birlikte bölgesel ve ülkesel kalkınma gerçekleşir.

Turistik ürün çeşitlendirmesi bir süreçtir. Örneğin var olan kitle turizmi yanında; golf, sağlık, yat turizminin devreye girmesi, ürün çeşitlendirmesidir. Ürün çeşitlendirmesi yapılırken belli başlı kriterler göz önünde tutulmalıdır. Örnek olarak, mevcut pazar doygunluğa ulaştı mı? Mevcut pazar, mevcut ürün ve hizmetlerle geliştirilemiyor mu? Eğer ki soruların cevabı hayırsa bunun akabinde yeni pazarlara açılmak, ülkelerin yararına olacaktır. Çünkü ürün çeşitlendirme işletmelerin var olan problemlerinin daha da ileri bir boyuta taşınmasına sebep olabilir. O yüzden ürün çeşitlendirmesine gitmeden önce piyasa analizinin titizlikle yapılması gerekmektedir.

Şüphesiz ki ürün çeşitlendirme stratejisi yalnızca Türkiye'ye has bir durum değildir. Dünya Turizm Örgütü, son yıllarda bunun üzerine yoğun stratejiler izlemektedir. Özellikle ülkelerin turistik çeşitliliğinin artırılmasının sürdürülebilirlik kavramıyla birlikte ele alındığı dönemde sağlık turizmi, gastronomi turizmi ve eko turizm tüm dünya genelinde yoğun ilgi görmektedir. Kalıplaşmış deniz, kum, güneş algısı yerini daha seçici ilgi alanlarına yönelik turizm türlerine bırakmıştır. İnsanlar daha rahat seyahat edebilme, daha uzun konaklama ve ilgi alanlarına uygun turistik ürünlere daha hızlı ulaşabilme şansı buldukları için var olan değerlerin zenginleştirilmesi çabası artık özel ilgi turizm türlerini “alternatif turizm” kalıbından çıkararak, turizm türleri arasına yerleştirmiştir.

Ülkemizde yapılan 3. Turizm Şurasında en çok üzerinde durulan konuların başında turistik ürün çeşitlendirmesi gelmektedir. Bu hususta yeni yatırım ve planlama stratejileri geliştirilip, potansiyellerin incelenmesi ve teşviği üzerinde durulmuştur (Buluç, 1997) .

### **2.3.3. Turistik Ürün Çeşitlendirmesinde Sürdürülebilirlik**

Turistik ürün çeşitlendirmesi yapılırken en çok dikkat edilmesi gereken hususların başında çeşitlendirmenin sürdürülebilir olması gelmektedir. Sürdürülebilir turizm, bölgede yaşayan halkın katılımıyla sahip olunan doğal kaynakların korunması, kalkınmanın sağlanabilmesi için kurumsal ve yasal mevzuatla uyumlu planlamayla turizmin geliştirilerek, ekonomik canlılığın sağlanabilmesidir. Burada hedeflenen, bir tarafta doğal ve kültürel varlıkların korunmasını öteki taraftan yöreye ekonomik ve sosyal eşitliğin de kazandırılabilmesidir.

Sürdürülebilir gelişme sağlanırken, çevreyle uyumlu bir yaşam açısıyla ekolojik ve ekonomik kararların bir arada ele alınarak, hareket edilmesi gerekmektedir. Bölgede bir taraftan kültürel bütünlük sağlanırken, aynı zamanda ekolojik süreç dikkate alınarak, biyolojik çeşitlilik ve yaşam destek sistemleri de mümkün olduğunca güçlendirilmek durumundadır. Kaynakların; ekonomik, sosyal ve estetiksel gerekleri karşılayabilecek biçimde yönetilmesi esas alınmak zorundadır. Bir turistik çekim noktasının sürdürülebilir gelişmesi ziyadesiyle uzun ve zorlu bir süreçtir. Kısa süreli yapılmış olan plan ve hedeflerle sürdürülebilir gelişimin başarılması mümkün değildir. Ekonomik, sosyal ve çevresel bakış açısıyla yapılan yaklaşım uzun vadeli planlamayı zorunlu kılmaktadır. (Angelkova ve ark, 2012) .

Sürdürülebilir turizm anlayışı, doğaya zarar vermeksizin, yerel halkın tarih, kültür, dil gibi değerlerini koruyarak, bunları geliştirmeyi amaçladığı bir anlayış olarak tanımlanabilir. Bu bakış açısıyla, kaynakların sürdürülebilir bir şekilde yönetilebilmesi kabul edilebilir bir koruma sağlamakta ve daha yüksek kalitede turistik ürün gelişiminde destek unsuru olmaktadır. İnsanoğlu içerisinde bulunduğu çevreyi olumlu veya olumsuz biçimde kullanarak değiştirmektedir. Sürdürülebilir turizm yönetiminde ise anlayış doğayı zenginleştirip, geliştirebilmek için kullanılabilmesini sağlamaktır.

Gelecek nesillerin turizmden fayda sağlayabilmesi amaç edinilerek, destinasyonların turistik ürün çeşitlendirmesi yaparken doğal kaynakları ve kültürel değerleri gelecek kuşaklara aktarılabilmesi sağlanmalıdır.

Kısa vadeli kâra dayalı yapılan turizm planlamaları, yabancı sahiplikler ortaya çıkararak, kültürü metaya dönüştürecektir. Bu durum, doğal kaynakların daha yoğun kullanımına sebep olarak turizmin sürdürülebilir olma özelliğini negatif doğrultuda etkileyecektir. Yapılması gereken dengeli turizm gelişimi adına turistik ürünlerin doğru biçimde değerlendirilerek gelişimin de aynı doğrultuda yapılmasıdır (Alkan, 2015) .

Turistik ürün çeşitliliği rekabet ortamında ayakta kalabilmek, rakiplere göre daha üstün bir konuma sahip olmak ve bu üstünlüklerini sürdürürebilmek için turizm arzını artırma ve farklılaştırma çabası olarak düşünülmektedir. İşletmeler ve destinasyonlar piyasada bulunan rakiplerden daha güçlü bir konuma gelebilmek adına ürünlerini farklılaştırmaktadırlar. Geleneksel turistik ürünlerinin yanında tarihi, kültürel ve doğal kaynakları ulaşılabilir duruma getirmektedirler. Mevcut kaynaklarını sahip oldukları alt ve üst yapıyla desteklemekte ve hedef kitlelerine sunmaktadırlar. Yalnızca bu şekilde işletme



ve destinasyonlar sahip oldukları mevcut kaynakları etkin bir şekilde kullanarak, sürdürülebilirlik kavramına ulaşabilirler (Alkan, 2015) .

Var olan turistik değerlerin turistik ürün çeşitlendirmesiyle birlikte verimliliğinin azalması sürdürülebilirlik kavramının tartışılmasına sebebiyet vermektedir. Bu yüzden azami ölçüde dikkat edilmesi gereken husus sürdürülebilirlik kavramıdır.

#### **2.3.4. Turistik Ürün Çeşitlendirmesi Açısından Türkiye’deki Uygulamalar**

Uzun yıllar turizm kavramı deniz, kum ve güneş kavramıyla birlikte düşünülmüştür. Ancak 2000’li yılların başından itibaren ön plana çıkan sürdürülebilir ve eko turizm kavramı turizme yeni bir model kazandırmıştır. Yapılacak olan turizm faaliyetlerinde planlama, projelendirme ve işletmeye dair yetkiler Kültür ve Turizm Bakanlığı’nda toplanmıştır. Turizm faaliyetlerinin sürdürülebilmesi ve turistik ürün çeşitlendirmesi için ilk adım 2003 yılında atılmıştır. 4957 sayılı “Turizm Teşvik Yasası’nda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun’un” yürürlüğe girmesi ile turizm faaliyetlerinin fiziksel planlarını onaylama yetkisi bakanlığa geçmiştir. (Doğmuş, 2010)

Esnek planlama ve arazinin geliştirilmesi modeliyle aynı doğrultuda kültür ve turizm koruma ve gelişim bölgeleri belirlenmiştir. Bu sayede turizmin mevsimsellik özelliğinden sıyrılarak yıl geneline yayılmasının sağlanması planlanmıştır. Nitekim kitle turizmiyle olan mesafe her geçen gün açılarak, alternatif turizm türleri ön plana çıkarılmıştır. Koruma-kullanma dengesine riayet edilerek, turizm yatırımlarında sürdürülebilirliğin sağlanmasına yönelik çeşitli faaliyetlerin gerçekleştirilmesi hedeflenmiştir. Bu çerçevede Türkiye’de 2000’li yıllarda uygulamaya konulmuş olan teşvik ve destekleri aşağıdaki şekilde sınıflandırmak mümkündür ([www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr](http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr)) .

Turizm yatırımları için “Devlet Yardımları Hakkında Bakanlar Kurulu Kararı Kapsamında Uygulanan Teşvik ve Destekler”,

2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu (1982) ile sağlanan teşviklerin uygulanmasına devam edilmesi kararlaştırılmıştır.

1319 sayılı Emlak Vergisi Kanunu’nda yer alan muafiyetler sağlanmıştır.

Türkiye İhracat Kredi Bankası A.Ş. (EXIMBANK) tarafından sağlanan krediler tahsis edilmiştir.

KOSGEB tarafından sağlanan destek ve hizmetlerin devamlılığı sağlanmıştır.

Yabancı sermaye yatırımlarının teşviki üzerine çalışmalar yürütülmektedir.

Yurtdışı turizm fuarlarına katılım desteği verilmiştir.

Ayrıca bakanlık 3. turizm şurasında sağlık turizmi konusunda yatırım yapmak isteyen müştekilere, ek ayrıcalıklar sağlanabileceğini de belirtmiştir.

#### **2.4. Sağlık Turizminde Kavramsal Çerçeve**

Bir kişinin sağlığına kavuşması ya da sağlığını koruması için yaşadığı ülkeden başka bir ülkeye ya da aynı ülke sınırları içerisinde kalarak başka bir bölgeye gitmesi ve belli bir süre o ülkenin/bölgenin sağlık hizmetlerinden faydalanması sağlık turizmi olarak nitelendirilmektedir.

Birçok dünya ülkesinde ve ülkemizde son yıllarda da gelişim sergileyen bu konu özellikle ekonomik, siyasal, sosyal ve kültürel anlamda da etkinlik göstermekte ve kamu politikalarının oluşumunu etkilemektedir (Özcan ve ark, 2015) .

Sağlık Bakanlığı'nın yapmış olduğu tanıma göre; “Hastaların bir günden az, bir seneden fazla kalmama koşuluyla, sağlıklarına kavuşma amaçlı tedavi görmek ve/veya sağlıklarını korumak amaçlı başka bir ülkeye seyahat etmeleri sağlık turizmi” olarak tanımlanmaktadır (Sağlık Bakanlığı, 2012) .

Sağlık turizmi hastaların ve hasta ailelerinin rahatlığını sağlamak için tıbbi seçenekleri sunmayı hedeflemektedir. Gelişmiş ülkelerde eğitim ve refah seviyesinin yüksek olması ile paralel olarak sağlık hizmetleri sunumu da yüksek maliyetli olmaktadır.

Gelişmiş ülkelerde yaşlanan nüfusun sağlık ihtiyaçları ve sağlık giderlerinin payı her geçen gün artmaktadır ve sosyal güvenlik maliyetlerinin artan giderleri sosyal güvenlik kurumlarını zorlamaktadır. Bu sıkıntıları aşmak için, gelişmiş ülkelerde bulunan sosyal güvenlik kurumları ve özel sigorta kurumları kaliteli tıbbi hizmet sunan ve yakında yer alan ülkelerle paket anlaşmalar yaparak, sağlık hizmetlerini düşük maliyetle sunmaya çalışmaktadırlar. (www.antalya.ktb.gov.tr) .

Ülkemiz mevcut coğrafi konumu, Avrupa Birliği'ne girme isteği ve sağıktaki dönüşüm projesi, özel sağık sektörünün geldiği durum ve turizmdeki gelişmeler göz önüne alındığında sağık turizminin ciddiyeti ve ülkeye getireceği ekonomik değer çok büyüktür (Çiçek ve ark, 2013) .

Sağık turizmi son yıllarda hızla yükselen bir trend olup, önemli bir alternatif turizm çeşididir. Ülkemizde sağık turizminin diğer turizm türlerinden farkı; yeni bir turizm şeklinin oluşması için gayret gösterilmesine gereksinim duyulmadan, bir ihtiyaç sonucu var olan kaynakların geliştirilerek kullanılması yoluyla kendiliğinden ortaya çıkmasıdır. Tedavi için Türkiye'yi tercih eden hastaların döviz bırakmaya başlamasıyla, hasta yerine müşteri kavramı kullanılmaya başlanmış ve böylelikle sağık turizmi kavramı ortaya çıkmıştır (www.igeme.com.tr) .

Tedavi olmak, sağığını korumak, estetik bir görüntüye kavuşmak veya hayat kalitesini artırmak amacıyla bulunduğu ülkeden başka bir ülkeye seyahat eden yani sağık turizmi faaliyetini gerçekleştiren kimselere sağık turisti denir. Cohen (2006) sağık turizmi açısından ziyaretçileri şu şekilde sınıflandırmıştır:

Yalnızca turist: Ziyaret edilen ülkede herhangi bir sağık hizmetinden faydalanmadan ülkelerine geri dönen “klasik turist” olarak niteleyebileceğimiz turist tipidir.

Tatilde tedavi edilen turist: Seyahati sırasındaki rahatsızlanma ya da kaza nedeni ile tıp hizmeti ve tedavi alan turistlerdir. Bu turistler yine sağık turizmi kapsamında değerlendirilmemektedir. Çünkü geliş amaçları açısından katılımcı olmadıkları binmektedir.

Tatil ve tedavi amaçlı turistler: Bu turistler ziyaret ettikleri ülke ya da bölgeye tam anlamı ile tıbbi nedenlerle gitmezler. Ancak ziyaret ettikleri bölgede bazı rahatsızlıkları için tedavi olanakları olması tercih nedenidir. Diğer bir deyişle, tatilde tedavi amaçlı turistlerdir. Sağık turizmi konusunda bizi ilgilendiren turist yapısından biridir.

Bu turistlerin tatmin düzeyinin yüksekliği ilerde bu hastaların sağık turizmi amacıyla ülkemize dönmelerine yardımcı olabilir. Yine bildiğimiz üzere pazarlama yöntemleri içerisinde etkili yöntemlerden olan kulaktan kulağa pazarlamadır. Tatil ve tedavi amaçlı seyahat eden turistlerin satın alma davranışlarında bu pazarlama yönteminin etkili olduğu düşünülmektedir. Bu turistleri “potansiyel sağık turizmi turisti” olarak değerlendirebiliriz.

Tatil yapan hastalar: Bu ziyaretçiler esasen bir bölgeye tedavi amaçlı giderler, ancak iyileştikten sonra, ya da tedavi sonrası gittikleri bölgede tatilde yapan ziyaretçilerdir. Yine

bu turist türünün sunulan sağlık hizmetinden memnun kalması durumunda sağlık turizmi katılımcılarından biri olması beklenmektedir.

Yalnızca hastalar: Bu gruptaki sağlık hizmeti alan misafirlerin bir bölgeye gidiş amaçları yalnızca o bölgede tedavi olmak ya da operasyon geçirmektir. Tatil gibi bir amaçları yoktur. Bu hastaları sağlık turizmine yöneltmek daha güç olabilir.

Zira öncelikli ihtiyaçları standart hayat şartlarına kavuşmak olduğu için onlara sıradan turistik çekim unsurlarını turistik ürün olarak sunmak fayda sağlamayabilir. Bunun yerine bu hastaları tamamlayıcı tedavi türlerine yönlendirmek daha uygun bir pazarlama stratejisi olarak düşünülebilir (İçöz O., 2009) .

## 2.5. Sağlık Turizminin Tarihçesi

İnsanlar tarih öncesi çağlardan bugüne çeşitli nedenlerle seyahat etmişlerdir. Bu sebepler kimi zaman bir hayatta kalma mücadelesi iken, kimi zaman ise hayatı idame ettirebilme arzusuyla meydana gelmiştir. Antik dönemden günümüze sağlık turizm hareketlerini gözlemlemek mümkündür.

İlk çağlarda en yaygın sağlık turizmi hareketleri termal suların bulunduğu alanlarda gözlemlenmektedir. İlk çağlarda suların kutsallık taşıdığı, insanlara sağlık bağışlayan tanrıların suları ısıttığı düşünülürdü. Bu sebeple, termal suların bulunduğu alanlar korunur ve yılın belli dönemlerinde bu alanlarda törenler düzenlenirdi.

Bu alanların en önemlilerinden biri Denizli ilimizde bulunan Pamukkale (Hierapolis) Antik Kenti'dir. Bilindiği gibi yer altından çıkan termal suyun yoğun kalsiyum bikarbonat içermesi sebebiyle, bölgedeki su kaynakları travertenler oluşturmuştur. Antik dönem sağlık merkezlerinde şifa bulamayan dönemin sağlık turizm katılımcıları bu şifalı sularda derman aramışlardır. Hatta bu yüzdendir ki bir çoğu hayatlarını bu antik şehirde kaybetmişlerdir.

Günümüzde olduğu gibi, o dönemde de sağlık turizmi katılımcıları ekonomik refah düzeyi yüksek insanlardır. Çok sayıda, farklı yapıda devasa mezarlığa ev sahipliği yapmakta olan Hierapolis antik dönemin nekropolisi (mezarlığı) kabul edilmektedir (Mergen vd., 2006) .

### 2.5.1. Antik Çağda Sağlık

Arkeolojik ve bilimsel çalışmalar bizlere bilinen en eski sağlık tesislerinin M.Ö 4000 yılında, Sümerler tarafından, sıcak su kaynaklarının yakınında yapıldığını göstermektedir. İsviçre- St. Moritz yakınlarında, insanların özellikle su içmeye gittiği mineralli suların bulunduğu, yine banyo yapmak için tercih ettiği zengin mineralli su kaynaklarının bulunduğu saptanmıştır.

Antik Yunanlar günümüzdeki amacına en yakın şekilde sağlık turizmi faaliyetlerinin temellerini ilk kez atan medeniyet olarak kabul edilmektedir. Antik Yunan'da insanlar sağlığın sudan geldiğine inandıkları için, işleviyle aynı anlama gelen ilk sudan gelen sağlık merkezlerini yani SPA (Salude Par Aqua) merkezlerini kurmuşlardır.

Yine ilk örnekleri Anadolu'da İzmir Bergama ilçesinde olan Asklepios Tapınakları ise dünyanın ilk sağlık merkezleri olarak değerlendirilmektedir. Sağlık tanrısı olduğuna inanılan Asklepios adına yapılmış tapınaklar o dönemin tıp fakülteleri olarak kabul edilebilir.

Dünyanın çeşitli yerlerinden insanlar hastalıklarına deva aramak, sağlıklarına kavuşmak amacıyla bu tapınaklara gitmişlerdir. Bunun yanı sıra, tıp yeminine adı verilen ve tıbbın babası olarak bilinen Hipokrat da Anadolu'da, İzmir yakınlarında yaşamış ve kendi döneminde bu bölgeye doğru hasta hareketliliğinin ortaya çıkmasına sebep olmuştur (Sügür, 2016) .

Modern tıbbın kurucusu kabul edilen Hipokrat, doğal kaynaklarla tedavinin esaslarını ilk açıklayan bilim insanıdır. Hekimlik mesleğinin kutsal kuralları olarak kabul edilen Hipokrat yemini günümüzde dahi bu mesleği icra etmek isteyen her doktorun zorunlu bir şekilde yemin ettiği Hipokrat'ın belirlediği kurallar bütünüdür. Romalı askerlerin savaş sonrasında tedavi ve spor amacıyla sıcak su kaynaklarına gittikleri bilinmektedir. Uzun süren savaşlarda askerler sert zemin üzerinde uydukları için genellikle kas ve kalçalarında rahatsızlık olan hastalar şifa bulmak amacıyla buldukları şehri değiştiriyordu. Kuşadası Pygale plajı da Truva savaşı döneminde Agamemnon'un askerlerinin aynı rahatsızlık sebebiyle kurduğu bir yerleşim yeridir. Anti Yunan'da Pyge kelimesi "kalça" anlamına gelmektedir (www.milliyet.com.tr) .

Antik dönemin bir öğrenim merkezi kabul edilen Laodikeia septik (kuşkucu) filozoflar Antiokhos ve Theiodos yetişmiş olduğu Denizli'de bulunan antik şehrimizdir.

Diğer Roma şehirleriyle kıyaslandığında şehrin ekonomik gücünün fazla olduğu görülmektedir. Hristiyanlık tarihinin en önemli 7 kilisesinden birisi olan Laodikeia şehri için İncil’de yazılan mektupta “Zenginim, zenginleştim, hiçbir şeye ihtiyacım yok diyorsun ama, zavallı ve acınacak durumda, yoksul, kör ve çıplak olduğunu bilmiyorsun. 18Zengin olasin diye benden ateşle arıtılmış altın, giyinip çıplaklığının ayıbını örtesin diye beyaz giysiler, göresin diye de gözlerine sürmek üzere merhem satın almanı salık veriyorum.” cümleleri Laodikeia’nın ekonomik gücünün Roma döneminde de sürmesi olarak yorumlanabilir. Tıp öğreniminin çok önemli olduğu Laodikeia’da, Strabon zamanında ressam olan Zeuxis tarafından büyük bir grupla birlikte Herophileian isminde (antik dünyanın en ünlü hekimi) tıp okulu kurulmuştur.

Yazılı kaynaklar ve bulunan tıp aletleri, şehrin ekonomisinin gelişmiş olmasında sağlık turizminin etkileri olduğu şeklinde yorumlanabilir. Bu tıp okulunda hem su terapisi hem de diğer tedavilerin yapıldığı bilinmektedir. Laodikeia, antik dönemde katarakt ve periodonti tedavisinde adeta bir markadır. Katarakt tedavisi için bir göz damlası üretilip sattıkları bilinmektedir. Yine Laodikeia’nın ekonomik gücünün en büyük sebeplerinden biri de, Pamukkale’yi de kapsayan devasa bir sağlık turizm merkezi olmasıdır (<http://www.ithts.org>).

Eski Mısırlılar tüm diğer konularda olduğu gibi tıbbi birikimlerini de papirüsler üzerine yazılan notlarla kayıt altına almıştır. Bu papirüslerden en önemlileri ilaç reçetelerinin ve sağlık nasihatlerinin yazdığı Edwin Smith, birçok cerrahi tedavi ve tedavi sonrası işlemin kaleme alındığı Ebers, ve kırık-çıkık tedavilerinin incelendiği Hearts papirüslerinde yazan tıbbi bilgilerdir.

Günümüzde de olduğu gibi antik dönemde kültürler arası etkileşim çok yaygındır. Antik Yunan medeniyeti, Sümerlerden ne denli etkilendiyse, Mısır uygarlığından da o ölçüde etkilenmiştir. Bu belgeler göstermektedir ki, Nil kıyısı deltasında kurulan Eski Mısır uygarlığında insanlar hastalıklarından kurtulabilmek için tıp biliminin güçlü olduğu merkezlere doğru seyahat etmekteydiler.

İnsanın doğumundan itibaren sahip olduğu hayatta kalma içgüdüğü, tarihin her döneminde insanları buldukları coğrafyadan başka bölgelere seyahat etmeye sürüklemiştir. Günümüzde estetik kaygıların da buna dahil olmasıyla birlikte sağlık turizm hareketleri yoğunlaşmıştır. İnsanların hala kırsal bölgelerden kentlere doğru göçlerinin nedenlerden biri olarak sağlık hizmetlerine daha hızlı ulaşmak gösterilebilir.

Eski Çin medeniyetinde tıp bilimiyle alakalı bilinen en eski yazıların üç büyük Çin imparatoru tarafından yazıldığı kabul görmektedir. Yazdıkları yazılar ve reçeteler sebebiyle hekim oldukları varsayılan imparatorlardan Fu-Xi (M.Ö. 3000 civarı) Yin-Yang felsefesini ortaya koymuştur. Bilindiği gibi bu görüşe göre doğada her şey karşıtıyla birlikte var olur. Yani her iyinin içerisinde bir kötü, her kötünün içerisinde de iyi bulunmaktadır varsayımında bulunmaktadır.

Shennong (Chen-Nungh) (M.Ö.2800 civarı) yazdığı Pen-tsao adlı eserinde, tıp bitkilerini tanıtmış ve yüzlerce ilaç tarifi vermiştir. Ayrıca nabız saymanın önemi üzerinde durmuştur. Günümüzde hala ilaçların birçoğu bitkilerden elde edilmektedir. Hatta doğrudan bitkilerin ilaç olarak kullanıldığı alternatif tedavi yöntemleri de mevcuttur.

Çin tıbbının ilkelerini belirleyen ve yaklaşık 4000 yıllık tarihi geçmişi olduğuna inanılan tıbbın kanunu anlamına gelen “Nei Ching” bugün bile hala araştırmacıların ilgisini çekmektedir. Bu kitapta hangi hastalığa nasıl tanı koyulabileceği ve günümüzde de yaygın şekilde tedavi amaçlı kullanılan akupunktur anlatılmaktadır. Elbette Anadolu’da Asklepionlar neyse Asya’da da tıpkı Türkler’de ki şamanlar gibi bu tarz şifacıların bulunduğu şehirler dönemin sağlık turizm merkezleri olarak kabul edilebilirler (www.satürk.gov.tr) .

### **2.5.2. Orta Çağ’da Sağlık Turizmi**

Asya sağlık turizmi Roma İmparatorluğundan sonra da olağan yerini korumaya devam etti. Tapınaklar yerini klinik tedavi uygulayan hastanelere bırakmaya başladı. Japonya'da Orta Çağda “onsen” olarak bilinen mineral kaynaklar tedavi edici özelliğe sahip olması sebebiyle yaygınlaştı. Savaşçı kabileler bunları fark ederek, savaştan sonra tedavi için bu su kaynaklarını kullanmışlardır.

Ortaçağ’da kaplıcalar putperestlik timsali olarak görülmüş ve harap edilmişlerdir. Bilindiği gibi Pagan inancında önemli yeri olan kaplıcalar 16. yüzyıla kadar Hıristiyan aleminde din ve politikaların sömürü aracı olarak kullanılmış ve sonrasında sıcak su kaynakları 18 ve 19. yüzyıldan itibaren İtalya ve Fransa’da standardize edilmeye başlanmıştır. Kilisenin baskısından kurtulan bu kurumlar sosyal ve hukuksal değlendirmelerin ardından tıp akademilerinin denetimine verilmiştir (Özer, 1991) .

Bazı müslüman medeniyetlerde yerli ve yabancılara hizmet vermek amacıyla sağlık merkezleri kurulmuştur. Din, dil, ırk ayrımı gözetmeksizin bütün dünyaya hizmet verecek 8000 kapasiteli zamanının en gelişmiş ve en büyük hastanesi kabul edilen Mansuri Hastanesi bu kurumlardan bir tanesidir. Bu hastane Kahire'de yer almaktadır. Memlük sultanı Sultan Kalavun tarafından yaptırılan hastanede gayrimüslümler tedavi edilse de hekimlerin hepsinin Müslüman olması şartı vardır ([www.healthserviceturkey.com](http://www.healthserviceturkey.com)) .

Ortaçağ sağlık hizmetlerini incelediğimizde, yoğunluğu müslüman bilim adamlarından oluşan tıp merkezlerinin yabancılara sağlık hizmeti sunduğu dönem karşımıza çıkmaktadır. Bilindiği gibi Endülüsler bugünkü İspanya'ya kadar fethetmiştir. Bu sayede bugünkü İspanya'dan Hindistan'a kadar olan tüm bölgelerde müslümanlar darüşşifalar, maristanlar, bimarhaneler, cüzzamhaneler ve şifahaneler kurmuşlardır.

Anadolu'nun ilk tıp fakültesi olarak kabul edilen Gevher Nesibe Darüşşifası ve Tıp Medresesi 1206 yılında Kayseri şehrinde inşa edilmiş ve yakın coğrafyanın sağlık cazibe merkezi olmuştur. Burada psikolojik rahatsızlıkların müzik ve suyla tedavi edildiği ön görülmektedir. Ayrıca rivayete göre, Nesibe sultan aşık olduğu hükümdarın savaşta hayatını kaybetmesi sebebiyle üzüntüyle verem hastalığına yakalanmış, kendisiyle aynı kaderi paylaşan hastalara şifa olması amacıyla son isteği olarak bu hastanenin yapılmasını vasiyet etmiştir.

Türkler Anadolu topraklarına yerleşmeden evvelki hayatlarında Şam, Musul ve Halep'te çeşitli isimler altında hastaneler yaptırmışlardır. Bu sağlık merkezleri Semerkant'tan, Yemen'e kadar hastalara şifa dağıtarak sağlık turizmi hizmeti sunmuşlardır.

Anadolu Selçuk Devleti yıkıldıktan sonra bu coğrafyada kurulan beylikler de Selçuklulardan kalma sağlık merkezlerini benimseyerek, yaşatmaya devam ettikleri gibi bunların yanı sıra cüzzamhaneler, körhaneler, kaplıcalar gibi yeni birçok sağlık tesisleri kurmuşlardır ([www.satark.gov.tr](http://www.satark.gov.tr)) . Şu da bir gerçektir ki, Ortaçağ'da Anadolu'da cüzzamhaneler kurulurken, Avrupa'da cüzam hastaları ölüm zindanlarına terk ediliyor veya yakılarak öldürülüyorlardı.



### 2.5.3. Rönesans Dönemi ve Sonrası Sağlık Turizmi

14. yüzyıldan 17. yüzyıla kadar olan Rönesans dönemi Avrupa ve İngiltere’de sağlık turizminin geliştiği bir dönemdir. Sular Kasabası olarak bilinen bir köy, 1326 yılında demir zengini sıcak su kaynaklarının bölgede keşfedilmesiyle bütün Avrupa’da ünlü olmuştur ve başka ülkelerden gelen insanların akınına uğramaya başlamıştır.

Rönesans döneminin sonlarına doğru, bütün Avrupa’dan asilzadeler temizlenmek ve tedavi olmak için şifalı sulara gitmişlerdir. Bu seyahatler bir nevi gelenek haline dönmüştür. Öyle ki, birçok Roma hükümdarı anısına şifalı su verdiği inanan hamamlar inşa edilmiştir.

1600’lerde İngiliz ve Hollandalı kolonistler, mineral su kaynaklarının yakınlarında ahşap kabinler inşa etmeye başlamışlardır ve bu kabinlerde tedavi edici kürler uygulamışlardır. Amerika yerlilerinin iyileştirme sanatında çok usta oldukları da bu zamanda keşfedilmiştir. Hollanda’nın bitkisel tıp konusundaki bilgileri Avrupa, Asya veya Afrika’dakilerle kıyaslanabilecek derecede ileride olduğu bilinmektedir.

18. ve 19. Yüzyılda Avrupalılar ve Amerikalılar dünyanın uzak köşelerine verem gibi hastalıklara çare bulmak amacıyla gitmeye devam etmişlerdir ([www.igeme.com.tr](http://www.igeme.com.tr)).

21. yy’ da sağlık hizmetlerindeki eğitim ve teknolojik olarak yaşanan gelişmelerle birlikte dünya genelinde kamu ve özel hastane sayıları artış göstermiştir. Bu gelişmelere bağlı olarak sağlık hizmetleri devletlere ekonomik bir yük oluşturmuş ve buna bağlı olarak son yıllarda özel hastanelerin sayısı artış göstermiştir (Aslan ve ark, 2017).

### 2.6. Sağlık Turizminin Gelişmesinin Nedenleri

Son yıllarda gelişmiş ülkelerin birçoğundaki tıbbi hizmetler oldukça pahalı hale gelerek, toplumun her kesimi için ekonomik olmaktan çıkmış ve ulaşılamaz bir hale gelmiştir. Dünya nüfusunun artması, yaşam kalitesinin yükselmesi, çeşitli ülkelerde sağlık maliyetlerinin artması nedeniyle tedavileri daha kaliteli olan ve ekonomik hizmet veren ülkelere kaymıştır (Arsezen ve ark, 2015).

2017 yılı verilerine göre; dünyada bir alternatif turizm çeşidi olarak gelişen sağlık turizmi bütçesinin 500 milyar dolar olduğu, 30 milyon insanın başka ülkelere tedavi için gittiği bilinmektedir. 3. Turizm Şurasında açıklanan rakamlara göre Türkiye'nin 2018 yılında sağlık turizminden 1,5 milyon yabancı ziyaretçi ve 3 milyar dolar gelir beklediği belirtilmiştir.

Giderek büyümesi beklenen sektörden daha fazla pay almak için girişimciler yoğun bir rekabet içerisinde. Yatırımcılar alt yapılarını, yabancı dil bilen sağlık personel sayısını ve niteliğini artırmaya çalışmaktadır (Kılınç, 2017) .

Sağlık turizminin gelişme nedenlerini başlıklar halinde inceleyecek olursak;

Maliyet Farklılıkları

Teknoloji ve Ulaşımındaki Gelişmeler

Kaliteli Ağ

Artan Sağlık Harcamaları

Yasal Düzenlemeler

Akredite Sağlık Örgütleri

Kaliteli İnsan Kaynağı

Sağlığın Küreselleşmesi

Doğal Termal Kaynakların Kullanımı

Dünya Nüfusunda Artan Yaşlılık

şeklinde belirtebiliriz (saglik.gov.tr) .

Sağlık turizmi sektörünün gelişimine katkı sağlayan ve ekonomik etkisini artıran bir diğer unsur, hastaların yanındaki refakatçilerdir. Tedavi maksadıyla başka bir ülkeye giden hastaların yanında genellikle bir refakatçi bulunmaktadır. Özellikle medikal turizm için sağlık turizmi katılımcısı olan hastaların bir yakını veya arkadaşı olan refakatçi ilave bir turizm talebi oluşturmaktadır. Bu durum da seyahat, konaklama, transfer gibi hizmetlerin gelişimine katkıda bulunmaktadır. Bunun yanında sağlık turizmi katılımcıları böyle bir zorunlulukları olmasa da sağlık hizmetlerini alırken, turizm faaliyetlerini beraber geçireceği kimselerin de yanlarında getirebilmektedirler (Kılınç, 2017) .

## 2.7. Sağlık Turizminin Genel Özellikleri

Sağlık turizmi, turizmin genel özelliklerini taşımanın yanı sıra bir çok konuda farklılıklar da bulunmaktadır. Özellikle turizmin mevsimsellik anlayışı ve kırılabilirliğini ortadan kaldıracak güçte olan yapısı, sağlık turizminin en belirgin özelliğidir. Sağlık turizminin genel özelliklerini şu başlıklar altında inceleyebilmek mümkündür;

Ülkeler arasındaki sosyal ve kültürel etkileşimi sağlamaktadır.

Milli gelirin artması ve bu sayede ekonominin güçlenmesine yardımcı olmaktadır.

Ülkeye hasta olarak gelen bireylerin aynı zamanda turist, turist olarak gelenlerin ise aynı zamanda hasta olması durumu sebebiyle sağlık kuruluşlarının hizmet kalitelerinin artmasına yardımcı olmaktadır.

Yalnızca özel sektör değil aynı zamanda kamuyu da kapsayan bir sektör olması sebebiyle ciddi bir iş gücü ve teknik donanım gerektiren bir turizm türü olma özelliği göstermektedir.

Sürdürülebilirliği olması sebebiyle hizmet kalitesi için önemli bir olgudur.

Turistin evden çıktığı an başlayarak evine geri döndüğü güne dek olan süreyi olabilecek en iyi yönde değerlendirerek, sağlık sorunlarına etkili çözümler getirmesi sebebiyle sonuç odaklıdır.

Kendisi dışında ihtiyaç duyduğu birçok farklı sektör sayesinde kendisi dışındaki pazarlama, dil yeterliliğine sahip personel yetiştiren kurum ve kuruluşların da gelişmesine yardımcı olan bir turizm çeşididir.

Sağlık turizmi, içinde hizmet kalitesi, fiyatlandırma, çevresel faktörler, ulaşım, pazarlama ve tanıtım gibi birçok faktörleri bulunduran fonksiyonlu bir yapıdır. İçerisinde birçok sağlık ve estetik konuyu barındırması sebebiyle disiplinler arası (interdisipliner) bir yapıya sahiptir.

Bir alternatif turizm çeşidi olarak görülse de tüm bu özellikler dikkatlice incelendiği takdirde sağlık turizminin, birçok turizm çeşidine nazaran birincil ihtiyaçlara da hitap edebilme gücünün önümüzdeki yıllarda sağlık turizmine olan yönelimi üst düzeye taşıyacağı aşikardır.

Sağlık turizmini diğer turizm çeşitlerinden ayıran en belirgin özelliklerden bir diğeri ise pazarın henüz bakir sayılabilecek konumda olmasıdır. Zira son yıllarda Dünya Turizm Örgütü'nün sürdürülebilirlik kavramıyla birlikte en yoğun üzerinde durduğu turizm çeşitlerinden bir tanesi sağlık turizmidir.

Ayrıca alternatif turizm çeşitleri konseptinde incelenen; tarım turizmi, mağara turizmi, kültür turizmi, golf turizmi, kuş gözlemciliği gibi bir çok özel ilgi turizmi çeşidini sağlık turizmine entegre edip paket turlar oluşturmakta sağlık turizmini diğer turizm çeşitlerinden ayıran bir diğer özelliğidir (Özcan Z.K., Aydın V., 2015) .

## **2.8. Sağlık Turizminin Faydaları**

Sağlık turizmi, özellikle ekonomik açıdan güçlü olan devletlerin, vatandaşlarının sağlık hizmetlerine cevap verebilmek adına ülke politikalarına yön veren bir turizm türüne dönüşmüştür. Şüphesiz hasta gönderen ülkeye, hastane ve doktor yükünü azaltmak konusunda bir çok fayda sağlasa da hasta kabul eden ülkeye faydaları çok daha geniştir.

Son yıllarda dünya turizm örgütünün de vurgusunu yaptığı sağlık turizminin faydalarını soyut ve somut olmak üzere iki başlık altında incelememiz gerekmektedir. Yalçın'a (2006) göre;

### **2.8.1. Sağlık Turizminin Somut Faydaları**

Sağlık turizmin nicel değerlere sahip katkıları şunlardır:

Katılımcılar yabancı ülkelere geldiği için ülke ekonomisine refah sağlamaktadır.

Gelişmekte olan ülkelere, fiyat tarifeleri konusunda gelişmiş ülkelere nazaran ciddi düzeyde mali avantaj sağlamaktadır.

Bilginin paylaşımının artmasına sebep olmaktadır.

Ülkeler arasında ve ülke içerisinde çeşitli stratejik ortaklıklar oluşturmaktadır.

Ülkeler arasında bilgi ve teknoloji paylaşımını yaygınlaştırmaktadır.

Sağlık turizmi geliştikçe, ülkelerin kendi vatandaşlarına sundukları sağlık hizmetleri de gelişmektedir.

Tıbbi ticaretin yanında pazarlama faaliyetlerini de global düzeye taşımaktadır.

## 2.8.2. Sağlık Turizminin Soyut Faydaları

Buldukoğlu'na (2014) göre sağlık turizminin soyut faydaları;

Sağladığı faydalar atasında ülkelerin global sağlık bakım sunucusu olmasını uluslar arası düzeye taşıması vardır.

Özellikle sosyal ve kültürel alanda deneyimlerin paylaşılabilmesine olanak tanır.

Ülkeler arasındaki ilişkilerin gelişmesini olumlu yönde etkilemektedir.

Sağlık turizmi yapan ülkeler uluslar arası boyutta ciddi düzeyde marka imajı kazanırlar.

Rekabet açısından avantajlar sağlamaktadır.

Hastane ve destek hizmetleri ilişkisinde daha başarılı bir yönetim sağlar.

Özel sektör ve kamunun iş birliği kurmasına yardımcı olmaktadır.

Hastaların memnuniyetlerini artırmak olarak sıralanabilir.

Sağlık turizminin faydaları yanında olumsuz yönleri de bulunmaktadır. Bazı hükümetler sağlık sigortaları, yurt dışından alınan sağlık hizmetlerini ödemediğinden hastalar aldıkları hizmetin bedelini cepten ödemektedir. Bu durumda ciddi maliyetler ortaya çıkabilmektedir.

Hastalar genelde operasyondan birkaç gün sonra ülkelerine döndüğü için ortaya çıkan yan etki, komplikasyon veya ameliyat sonrası bakım ihtiyacı, hastanın kendi ülkesi tarafından giderilmektedir. Birçok ülkenin malpraktis (hastanın yanlış tıbbi müdahale nedeniyle oluşan mağduriyeti) konusunda yeterli yasağı olmadığından yanlış tedavi durumunda yerel mahkemelerden yeterince yardım alınamamaktadır. Bu yüzden de ciddi mağduriyetler ortaya çıkabilmektedir (Özsarı ve ark, 2013) .

## 2.9. Sağlık Turizmi Ekonomisi

Sağlık turizmi endüstrisi, doğası gereği iç ve dış çevresel dinamiklere oldukça duyarlı olan bir sektör olması sebebiyle, sürekli olarak uygun ortam şartlarının varlığını gerekli kılan ve ilgi isteyen bir alandır. Sürdürülebilir bir sağlık turizmi endüstrisi oluşturmak ve bunu geliştirmek birçok politikanın eşzamanlı olarak çalışılmasına ve yürütülmesine bağlıdır.

Bu politika unsurlarının belli başlıları ise; sağlık turizminde kurumsallaşma, kanıt temelli sağlık turizmi, sağlık turizmi know-how'ı ve entelektüel kapasite oluşturma, sağlık turizminde markalaşma, sağlık turizminde pazarlama ve tanıtım, siyasi ve ekonomik istikrar olarak belirtilebilir ([www.hhyildirim.com](http://www.hhyildirim.com)) .

Dünya genelinde yıllık yaklaşık %20 - %30 olarak tahmin edilen büyüme payı ile sağlık turizmi, turizm ekonomisinde dengeleri değiştirmeye hazırlanmaktadır. “Treatment Abroad” adında İngiliz menşeli bir şirketin medikal turizm adına 2012 yılında yapmış olduğu anket sonuçları, sağlık sebebiyle seyahate çıkan Avrupalı hastaların yaklaşık %41'inin estetik ameliyatlar, %32'sinin diş tedavisi, %9'unun liposuction (yağ aldırma) tedavisi, %4,5'inin de kısırlık tedavileri sebebiyle ülkeleri dışına seyahat ettikleri belirlenmiştir. Sağlık turizmi amacıyla seyahat eden bir İngiliz hastanın her bir tedavi için yaklaşık olarak 5 ila 8 bin dolar civarında harcamada bulunduğu belirlenmiştir.

Yapılan araştırma sonucunda, Avrupalı sağlık turizmi katılımcılarından bu amaçla seyahat etmiş her on kişisinden dokuzunun tedavi amacıyla “kesinlikle veya büyük olasılıkla” tekrar yurtdışı seyahatinde bulunacakları ve o ülkeyi aile ve arkadaşlarına da önerecekleri belirtilmiştir.

Yurtdışında çıkan ve sağlık hizmeti almış olan medikal turizm katılımcılarının yaklaşık olarak % 83'ü yurt dışı seyahatlerinin en önemli nedenini “fiyat avantajı” olarak belirtmişlerdir. Yine araştırmaya katılan hastaların yaklaşık % 85'i aldıkları hizmetten “çok memnun veya oldukça memnun” kaldıklarını belirtmişlerdir ([www.baka.org.tr](http://www.baka.org.tr)) .

Ülkemize sağlık turizmi sebebiyle gelen yabancı sayısında ki artış bize sağlık turizm talebi ve geleceği hakkında bilgi vermektedir. Özellikle son yıllarda ülkemizde yapılan başarılı nakil operasyonları, şehir hastaneleri, sağlık turizmi merkezleri gibi alt ve üst yapı hizmetleriyle uluslararası platformlarda Türkiye'nin de sağlık turizmi hususunda gelecek vaat ettiği ortaya konulmuştur.

Türkiye’de turizminin gelişimi açısından yeni bir sektör olan sağlık turizmi ve bunun başını çeken tıbbi tedavi turizminde önemli bir olduğu düşünülmektedir. Ancak sağlık turizmi içerisinde yer alan, kaplıca tedavileri gibi ilave unsurların da destekleyici nitelikte geliştirilmesi gerekmektedir.

Diğer yandan, turizmin doğal boyutlarının “insan unsuru” ve “arz-talep” dengesine bağlı olduğu gerçeğinden hareketle, dış-turizm beklentilerinin fazla abartılmaksızın öncelikle iç turizme dayalı bir yapılaşma oluşturulması ihtiyacına şimdiden dikkat edilmelidir. Sağlık turizminin geleceği büyük ölçekte buna dayanmaktadır.

Mevcut gelişmeler kapsamında, sağlık tarafının turizmin önüne geçerek liderliğe soyunduğu iç dinamiklerde, sağlam bir oluşum için kapsamlı yasal ve örgütsel altyapı hazırlıkları hızla sürdürülmektedir. Bu noktada, biraz geride kalan turizm tarafının konuya daha fazla ihtimam göstermesi gerekmektedir ([www.turizmuncel.com](http://www.turizmuncel.com)) . Bu kapsamda hedef rakipler belirlenip, uygun analizlerin yapılması gerekmektedir. Yeniden şekillenen dünya turizm haritasında hatırı sayılır bir konuma sahip olabilmenin öncül koşulu ancak bu şekilde sağlanabilir.

Sağlık turizmini icra etmenin ön koşulu diğer ticari teşekküllerde de olduğu gibi öncelikle hedef pazar analizinin doğru yapılmasıdır. Pazar belirlenirken eksiğin ne olduğu, hangi konularda yatırımların yapılacağı, ilgili talebi karşılayabilecek nitelikte olup olmadığı belirlenmelidir.

Diğer turizm türlerinde olduğu gibi sağlık turizminde de pazarlama stratejileri çok önemlidir. Bu hususta sağlık turizmini incelerken diğer turizm türlerinden farklı olarak konunun hassasiyeti sebebiyle daha profesyonel bir tanıtım stratejisi belirlenmelidir.

Reklam kanallarının başında elbette öncelikli olarak seyahat acenteleri gelmektedir. Bilindiği üzere seyahat acenteleri, devletlerin sağlık turizm politikaları doğrultusunda ilgili sağlık turizm merkezleriyle yaptıkları anlaşmalar sonucunda buldukları bölgede tanıtım faaliyetlerini yürütmektedirler.

Günümüzde hala birçok insan sanal ortamda yapılan alışverişler yerine içerisinde insan unsurunun daha yoğun bulunduğu seyahat acentelerinin daha güvenilir olduğu kanısındadır. Tanıtımlar genellikle sanal ortamlarda, görsel ve işitsel olarak yapılmaktadır. Bu tanıtımların seyahat acenteleriyle birlikte yapılması, birçok seyahat acentesinin bünyesinde kendi tanıtım ve pazarlama bölümü bulunması sebebiyle ekonomik açıdan daha uygun olmaktadır (Asadi, 2011) .

Bir diğ er tanıtım yöntemi ise “world of mouth” yani Türkçemize geçen tabiriyle kulaktan kulağa pazarlama yöntemidir. Bu yöntem hem diğ er tüm tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinden daha ucuz hem de daha etkilidir. Özellikle sağlık turizmine katılan bir hasta yakını varsa, onun yapacak olduğu öneriler adeta referans niteliği taşıyacaktır. Elbette ilgili sağlık hizmetinden yararlanan diğ er hastaların da aldığı sağlık hizmeti paylaşımları karar verme sürecinde çok etkili olmaktadır.

Günümüzde kullanılan kişisel deneyimlerin paylaşıldığı cep telefonu uygulamalarının birçoğu satın alma davranışlarını doğrudan etkilemektedir (Aboubakar ve ark, 2015) . Sosyal medya kanallarının kaçınılmaz etkilerinin yanı sıra tanıtımda medyanın da etkin bir şekilde kullanılması gerekmektedir. Karar verme sürecinde snobizm faktörü özellikle estetik konularda etkisini göstermektedir. Bu yüzden birçok şirket tanıtım faaliyetlerinde reklam yüzü olarak dünyaca ünlü yıldızlarla çalışmaktadır (Cohen, 2008) .

**Tablo 2.** Türkiye’de Medikal Turizm Kapsamında Hastaların Geldikleri İlk 10 İlimiz ve Hasta Sayıları (Sayın vd, 2017) .

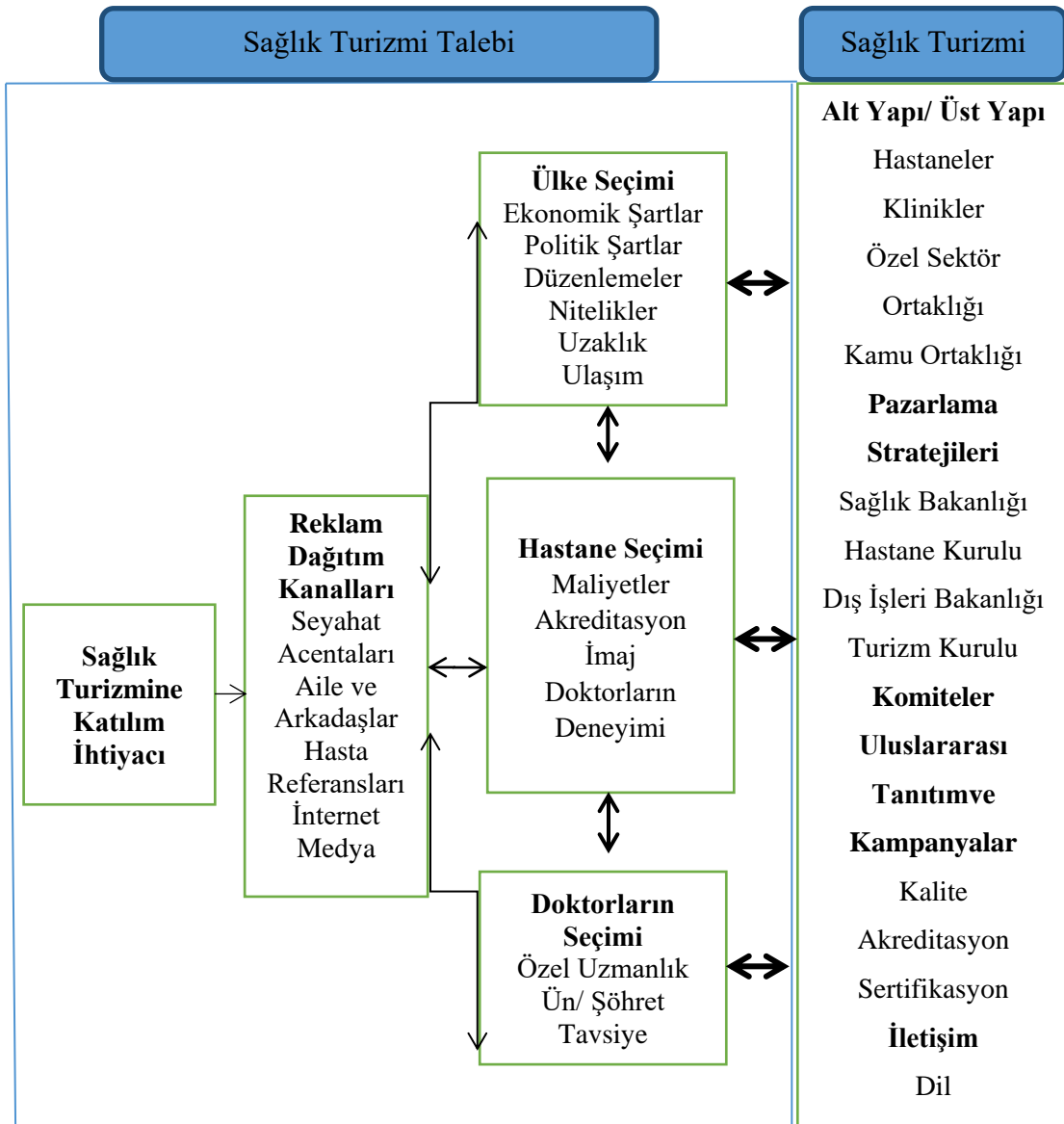
İL	HASTA SAYISI
ANTALYA	87 167
İSTANBUL	68 842
ANKARA	18 926
KOCAELİ	14 101
İZMİR	13 925
MUĞLA	13 183
AYDIN	7 128
ADANA	4 590
KARAMAN	4 031
SAKARYA	3 493

Tablo 2 incelendiğinde özellikle Antalya’nın sağlık turizm ekonomisinden yararlanma konusunda İstanbul’u geride bırakmış olması büyük bir başarı örneğidir. Bunun etken sebepleri arasında dünyada bilinen ilk başarılı tam yüz naklinin Akdeniz Üniversite’sinde yapılmış olması gösterilebilir. Yine organ nakli ve estetik operasyonlar konusunda da Antalya ili ön plana çıkmaktadır.

İstanbul’un özellikle son yıllarda Ortadoğu ülkelerinden gelen turistlere yönelik hair transplant (saç ekimi) ile öne çıkması beklenebilir. Lakin bu saç ekim merkezlerinin birçoğu devlet kontrolü dışında merdiven altı tabir edilen işletmelerde yapıldığı için sayılara ciddi etkisi olmamıştır.



Yine Kocaeli ve Sakarya şehirleri de termal turizmde tamamlayıcı tedavi hizmetleri yönüyle medikal turizm kapsamına dahil olduğu söylenebilir. Adana şehri ise genelde göz tedavisi konusunda medikal turizm amacıyla hastaların çok ziyaret ettiği şehirlerden birisi olmuştur. İzmir ve Ankara'nın ise, Türkiye'nin en büyük şehirlerinden olmaları ve havalimanlarından yurt dışı uçuş imkanları bulunmaları sebebiyle ve yine tıp konusunda Türkiye'nin en güçlü üniversitelerinden bazılarını bünyelerinde buldukları için çok tercih edilen şehirlerden olduğu söylenebilir.



Şekil 1. Sağlık Turizmi Talep ve Arzının İncelenmesi (Yiğit V, 2016) .

Yukarıdaki şekil sağlık turizminde arz talep ilişkisi incelenmiştir. Şekil 1’de ilk dikkat çekici detay, sağlık turizminde katılımın olmasının ilk aşaması, katılıma olan ihtiyaçtır. Diğer yandan gerek sağlığa kavuşma, gerekse sağlığı kazanma amaçlı oluşan turizm taleplerinin aşamalarını görmekteyiz. Arz ve talep arasındaki ilişkinin incelenmesi hususunda da tablodan faydalanabilir.

Şekil 1’den anlaşılacağı üzere sağlık turizmi katılımcıları ülke seçiminde gittikleri yerlerde alacakları sağlık hizmetinin kendi ülkelerine göre daha uygun olmasını beklemektedirler. Yasal düzenlemeler, politik koşullar, mesafe ve ulaşım hizmetlerinin yeterliliği de tercihi etkileyen unsurların başında gelmektedir.

Sağlık turizm destinasyonu yaratabilmek alt ve üst yapı hizmetlerinin sorunsuz bir şekilde işlemesiyle doğrudan bağlantılıdır. Özellikle ilgili sağlık kurumlarının ve çalışanlarının akreditasyonu, tüketicilerin en çok dikkat ettiği hususlardandır.

**Tablo 3.** Geliş Nedenlerine Göre Ülkeden Çıkış Yapan Vatandaşlar (Yurt Dışı İkametli) (www.tuik.gov.tr) .

	2012	2013	2014	2015	2016
Ziyaret Nedenleri	Toplam Geceleme	Toplam Geceleme	Toplam Geceleme	Toplam Geceleme	Toplam Geceleme
Gezi, eğlence, tatil	122 104	117 432	122 618	111 971	126 403
Kültür	1 621	1 810	2 117	2 658	2 732
Yakınları ziyaret	372 703	372 100	382 349	414 260	426 894
Sağlık ve Tıbbi Nedenler	39 184	44 645	46 480	39 115	31 875
Toplantı, Kurs, Seminer	3 055	3 695	3 425	3 631	3 009
Ticari İlişkiler, Fuar	2 018	1 824	2 438	1 364	1 477
Diğer	16 118	15 953	16 446	15 787	15 578
Toplam	433 078	557 459	575 873	588 786	607 968

Tablo 3’te 2012 ve 2016 yılları arasında ülkemizi ziyaret eden yurt dışı ikametli vatandaşlarımızın TÜİK verilerine göre ziyaret sebeplerini içermektedir. İlgili tarihler incelendiğinde, vatandaşlarımızın ülke ziyaretlerinin en büyük bölümünü gezi, eğlence ve tatil amaçlı geçirdiğini görmekteyiz. Fakat bir diğer detay 2012 yılında ülkemize gelen ziyaretçilerin yaklaşık %11’i sağlık ve tıbbi nedenlerle ziyarette bulunmuşken, 2016 yılında bu oran %19 seviyesine yükselmiştir. Ülkemize sağlık turizmi amacıyla gelen vatandaşlarımızın sayısında azalma görülse de bunun sebebi olarak ilgili yıllarda ülkemizin içerisinde bulunduğu siyasi sorunlar ve terör probleminin etkili olabileceği göz önünde bulundurulmalıdır.

Tabloda bir başka dikkat çekici nokta ise, ülkemizde yoğun terör saldırılarının yaşandığı, Rusya ile yaşadığımız Rus savaş uçağının düşürülmesiyle başlayan siyasi krizin ortaya çıktığı 2015 yılına kadar sağlık ve tıbbi nedenlerle ülkemizi ziyaret etmiş olan vatandaşlarımızın sayısındaki gözle görülür artıştır.

Yine 3 no'lu tablodan anlaşıldığı üzere sağlık ve tıbbi nedenlerle ülkemizi ziyaret etmiş olan ziyaretçi sayımızın en yüksek olduğu 2014 yılında dahi ülkemizi ziyaret eden vatandaşlarımızın sağlık ve tıbbi nedenlerle ülkemizi ziyaret eden vatandaşlarımıza oranı yaklaşık yüzde 12 oranındadır. Bu tablodan çıkarabileceğimiz en büyük sonuç ise, sağlık turizminin turizmin kırılğan yapısından diğer turizm türlerine daha az etkilendiği gerçeğidir. Özellikle politik problemler sebebiyle ülkemizi ziyaret etme hususunda olumsuz tavır sergileyen turistlerin, konunun ana çıkış noktası sağlık olması sebebiyle sağlık turizmine katılımda politik problemleri göz ardı ettiği söylenebilir.

**Tablo 4.** Geliş Nedenlerine Göre Ülkeden Çıkış Yapan Ziyaretçiler (www.tuik.gov.tr) .

	2012	2013	2014	2015	2016
Ziyaret Nedenleri	Toplam Geceleme	Toplam Geceleme	Toplam Geceleme	Toplam Geceleme	Toplam Geceleme
Gezi, eğlence vs	20 331 030	21 680 347	23 904 039	24 215 399	15 287 344
Eğitim, Staj vs.	222 442	190 272	17 6324	144093	101 142
Akraba ve Arkadaş Ziyareti	5 436 739	5 757 757	5 979 016	6 403 696	7 031 921
Sağlık ve Tıbbi	216 229	267 461	414 658	360 180	377 384

Tablo 4'teki rakamlar incelendiğinde ülkemize sağlık hizmetlerinden faydalanmak amacıyla giriş yapan yabancı misafirlerin geliş nedenleri, geceleme sayıları ve ülkemize olan ilgilerinin her geçen gün arttığı (2015 yılı hariç) ortaya çıkmaktadır.

2015 yılında ülkede yaşanan terör saldırılarının ve Rusya'yla yaşanan siyasi krizin etkileri sebebiyle bir düşüş görülse de diğer kalış nedenleriyle kıyaslandığında sağlık sektöründe olan düşünün daha anlaşılabilir olduğu rahatlıkla gözlenebilmektedir.

Özellikle darbe girişiminin olduğu 2016 yılında ülkemize sağlık turizmi amacıyla gelen vatandaşların sayısı olan 17 bin kişiden fazladır ve bu ziyaretçi artışı ilerleyen yıllarda turizm politikamızda sağlık turizmine verilen önemin artmasında etkili olmuştur. Bu sebeple sağlık turizmi talebinin, turizmin kırılğan yapısına karşı daha güçlü bir duruş sergilediği yorumu yapılabilir.

**Tablo 5.** Geliş Nedenlerine Göre Ülkemizden Çıkış Yapan Ziyaretçiler (www.tuik.gov.tr) .

Geliş Nedeni	2016	2017	2018	2019
Gezi, eğlence, vs	13 980 138	17 977 537	23 567 646	28 062 125
Akraba ve arkadaş ziyareti	3 671 526	4 710 532	4 688 850	4 965 261
Eğitim, staj	83 964	89 371	100 424	115 566
Sağlık ve tıbbi	377 384	326 709	437 925	56 052
Dini	45 845	23 663	26 597	78 477
Alışveriş	1 181 888	1 456 567	1 389 328	1 570 127
Transit	29 529	20 591	55 154	94 272
İş amaçlı	1 545 808	1 552 171	1 681 825	1 617 561
Diğer	1 226 692	1 334 760	1 215 270	1 071 744
Berberinde giden	3 248 207	4 587 626	5 788 884	6 577 317
Toplam	25 390 81	32 079 527	38 951 903	44 712 970

Tablo 5’deki veriler incelendiğinde, 2016 yılından sonra ülkemize gelen yabancı sayısında ciddi bir artış olduğu gözlemlenmektedir.

Tablonun en dikkat çekici bölümlerinden biri de “Berberinde Giden” sayıdır. 2019 senesinde 560.520 ziyaretçi ülkemize gelirken, aynı yıl herhangi bir nedenle ülkemizi ziyaret eden misafirlerin beraberinde gelen ziyaretçilerin sayısı toplamı 6 577 317’dir.

Yine sağlık turizmi adına bir diğer gösterge, ülkeye sağlık ve tıbbi nedenlerle gelen misafir sayısının, eğitim ve dini amaçla gelen ziyaretçi sayısının toplamına olan farkın yüksek olmasıdır.

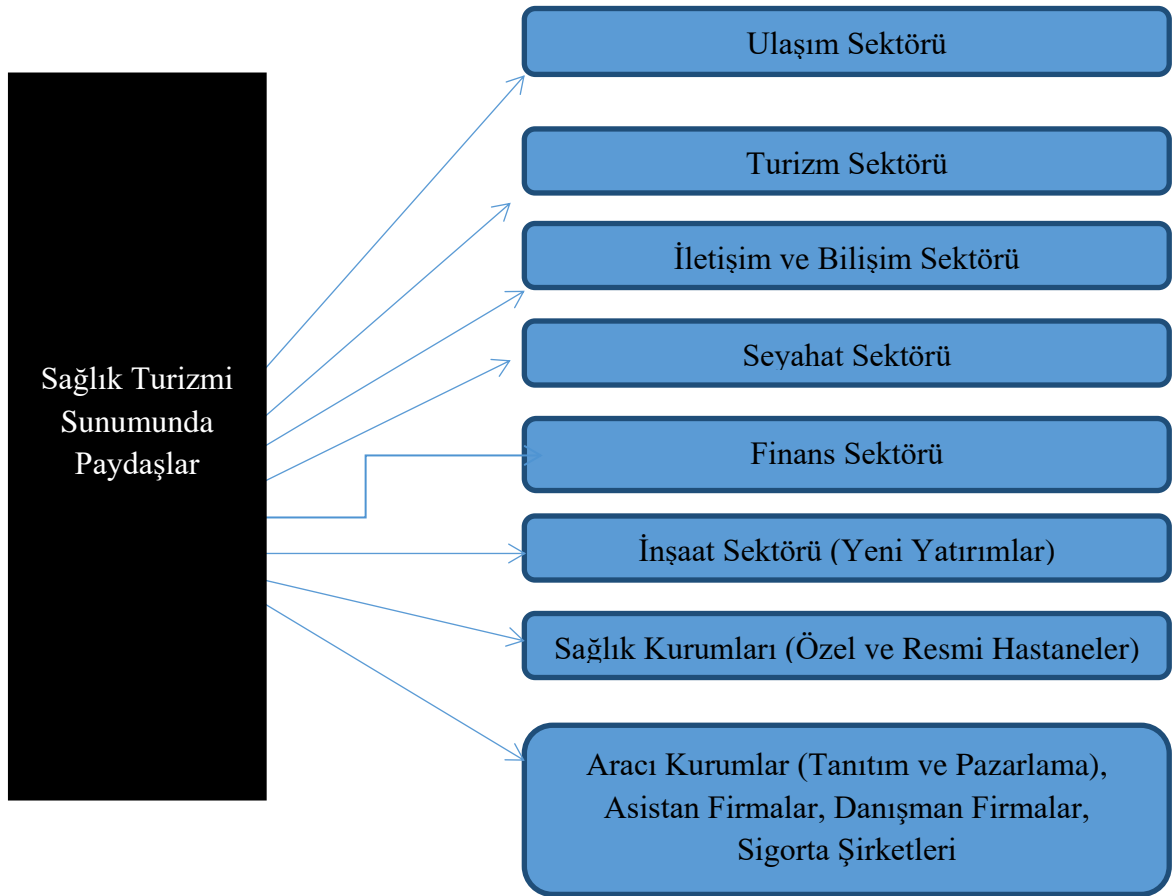
Tablo’ya göre, 4 sene içerisinde dini nedenlerle ülkemize gelen ziyaretçilerin sayısının 2016 yılında sağlık ve tıbbi nedenlerle gelen misafirlerimizin sayısının yarısından daha az olduğu gözlemlenmiştir.

## 2.10. Sağlık Turizminde Paydaşlar

Sağlık turizmi, hizmetler sektörünün bir parçasıdır ve Dünya Ticaret Örgütü tarafından “Mesleki Hizmetler” ana başlığının altında “uzmanlık gerektiren hizmetler” alt başlığı grubunda listelenmiştir. Uzmanlık gerektiren hemen tüm işlerde olduğu gibi sağlık turizminde de çok paydaşlı bir çalışma esastır.

Paydaşların tamamı değişik düzeylerde olsa da güçlü bir sektör yapılanması için her birinin etkinliği önemlidir. Hizmet sunumu açısından sağlık kurumları sektörün ana unsuru olsa dahi ilgili tesise doğru hareketliliğin sağlanması ancak iyi bir ulaşım ağı ile mümkündür.

Benzer şekilde güçlü bir geleneksel turizm sektörü ülkenin sağlık hizmeti alma açısından tercih edilebilirliğini artırmaktadır. Seyahat acentaları ve aracı kurumlar hastaların sağlık hizmeti aldığı dönemde lojistik desteği almalarını sağlamakta böylece sorunsuz bir süreç yaşanmaktadır.



Şekil 2. Sağlık Turizminde Paydaşlar (saglik.gov.tr) .

Yukarıdaki Şekil 2’den anlaşılacağı üzere sağlık turizmi endüstrisi bir çok şirketle doğrudan entegre haldedir. Elbette sektör yalnızca bunlarla da sınırlı değildir. Aynı zamanda dolaylı açıdan sağlık turizmi paydaşı sayılabilecek farklı sektörler, kurum ve kuruluşlar da listeye dahil edilebilir. Paydaşların başında ulaşım sektörü gelmektedir. Bilindiği gibi genellikle ekonomik düzeyi yüksek misafirlerin tercih bir turizm türü olan sağlık turizminde konforlu bir ulaşım çok önemlidir. Bu açıdan direkt uçuşlar, havalimanının sağlık turizmi

merkezine yakınlığı önemlidir.

Sağlık turizmi adından da anlaşıldığı üzere her ne kadar sağlık odaklı da olsa güçlü bir turizm çeşididir. Özellikle uzun süreli konaklamalarda ülke ve bölge ekonomik gelirlerine ciddi döviz katkısında bulunmaktadır.

İletişim sektörü de sağlık turizminin olmazsa olmazlarından. Sağlık turizmi katılımcılarının bu turizme katılma fikrinin oluşmasından itibaren, misafir ülkesine geri döndükten sonra dahi iletişim ve bilişim sektöründen yararlanılmaktadır (Özcan vd, 2016)

Sağlık turizmi ciddi bir ekonomik faaliyet olması sebebiyle finans sektörüyle doğrudan ilişkilidir. Yine kurulacak yeni tesisler sebebiyle inşaat sektörü de sağlık kurumları da sağlık turizmi paydaşlarındandır.

Hizmet sektöründe hemen her ticari faaliyette olduğu gibi sağlık turizminde de ana paydaşlardan bir tanesi tanıtım ve pazarlama sektörüdür. Hizmetin ortaya çıktığı andan itibaren sürdürülebilirliği açısından sürekli bir şekilde tanıtımının ve pazarlamasının yapılması bir zorunluluktur.

## 2.11. Sağlık Turizmi Türleri

Sağlık turizmi birçok farklı koldan oluşsa da bunların üç ana başlık altında incelenmesi gerekmektedir. Bunlar Medikal turizm, Termal turizm ve Geriatri ve Engelli turizmidir. Bazı akademisyenlerin çalışmalarında Geriatri (3.yaş) ve Engelli turizmini ayrı başlıklar altında incelediği gözlemlenmiştir.



Şekil 3. Sağlık Turizm Türleri (Tengilimoğlu, 2017) .

Her ne kadar 3 ana başlık altında sağlık turizmini incelenecek olsa da, her bir başlığın da kendi alt başlıkları gözlemlene şansı olmaktadır.

### 2.11.1. Medikal Turizm

Bilinen ilk medikal turizm hareketleri M.Ö. 4.yüzyılda Bergama'da görülmektedir. Burada farklı bölgelerden gelen birçok hastaya cerrahi operasyonlar uygulanmaktaydı. Sağlık tanrısı Asklepion adına yapılmış bu tedavi merkezleri, ruh hastalıkları da dahil birçok hastalığın tedavisi için kurulmuş bir tıp merkezidir. MS 2.yüzyılda yapılan büyük kapsamlı restorasyon faaliyetlerinden sonra bütün coğrafyada isminden söz ettiren sağlık merkezine imparator Caracalla dahil olmak üzere birçok insan şifa bulmak için ziyarette bulunmuştur (Pirson ve ark, 2014) .

Gün geçtikçe değişen turizm hareketliliği, klasik turizme yeni bir kavram kazandırmıştır. 4S (sea, sand, sun, surgery) yani deniz, kum, güneş ve ameliyat kavramını bu ölçüde ilgi çekici kılan nokta ise ülkelerin sağlık turizm gelirlerinin turizm gelirlerine olan etkisi olarak söylenebilir.

Dünya genelinde hızla artan yaşlı nüfus, medikal turizmin gelişmesine sebep olan en önemli etkenler arasında yer almaktadır. Özellikle batı ülkelerinde, yaşlı bireylerin sağlık ihtiyaçlarının yeteri kadar karşılanmaması veya ihtiyaç duydukları tedavinin pahalı olması, bireyleri sağlık hizmetini almak için farklı ülkelere yönelmektedirler (Oltular, 2007) .

Turizmin mevsimsellik olgusunu ortadan kaldırmaya yönelik ülkemizde medikal turizm üzerine teşvik edici olarak ülke politikaları düzenlenmeye başlamıştır. Özellikle 2020 Şubat ayı itibariyle dünya genelinde küresel bir krize dönüşen Covid-19 salgını konusunda ülkemizin, Avrupa ülkeleri ve Amerika'yla kıyaslandığında ortaya koyduğu üstün performans şüphesiz ilerleyen yıllarda sağlık turizminde etkisini olumlu anlamda gösterecektir.

Medikal turizm kapsamında seyahat edenler, sağlık hizmetlerinde %80'e kadar ulaşan ölçülerde tasarruf edebilmektedirler. Hedef ülkelerdeki gelişmiş tıp teknolojisi, mali açıdan daha düşük ulaştırma giderleri ve online pazarlama gibi etkenlerin bu turizmin gelişiminde ciddi katkılar sağladığı söylenebilir.

Kalp damar cerrahisi, radyoterapi, kemoterapi gibi ileri tedavi yöntemleri; böbrek, karaciğer ve kalp transplantasyon cerrahileri; tüp bebek yöntemi, intravaginal fertilizasyon (IVF) gibi infertilite uygulamaları; saç ekimi, yüz germe ve burun estetiği gibi plastik ve rekonstrüktif cerrahiler, göz, diş, diyaliz tedavileri en yaygın medikal turizm türleri arasında görülmektedir. (Yardan ve ark, 2014)

Elbette medikal turizm yapabilmek için sadece sağlık kuruluşlarına sahip olmak yeterli değildir. Medikal turizmi standart sağlık hizmetlerinden ayıran yönler şu şekilde sıralanabilir;

Medikal turizm hizmetlerinin sunulduğu tesislerin uluslararası standartlara uygun olması gerekmektedir.

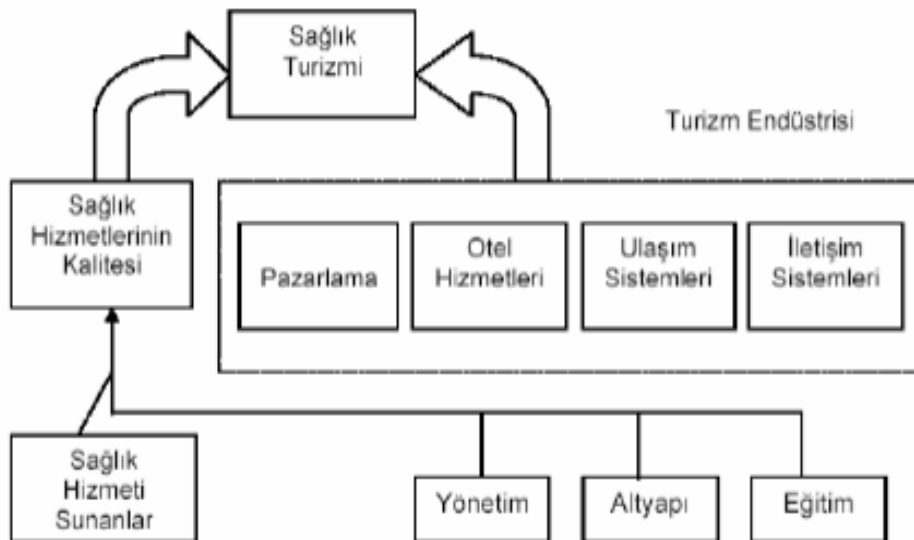
Bu tesislerde akıcı bir şekilde yabancı dil konuşan personel istihdamı yapılması gerekmektedir.

Tesislerde teknik donanım ve iş gücü yönünden bir eksik bulunmaması gerekmektedir.

Hedef pazar olarak belirlenen bölgelerde ilgili sağlık hizmetinin bölgenin kendi konuştuğu dille yapılması gerekmektedir. Özellikle yurtdışı sigorta kapsamının vurgusunun önemi bu tanıtımlarla aktarılmalıdır (Ongun, 2013) .

Tüm bu yukarda belirtilen şartların yerine getirilmesi durumunda medikal turizmin istenilen seviyeye gelmesi beklenebilir. Tablolar bize açıkça göstermektedir ki, medikal turizm diğer sağlık turizm türlerine göre daha hassas bir algıya sahiptir.

Medikal turizm endüstrisi tek başına değerlendirilebilecek bir sektör değildir. İçerisinde çok kıymetli paydaşları bulundurmaktadır. Aşağıdaki tabloda medikal turizm endüstrisi için girdi veren paydaşlar gösterilmiştir.



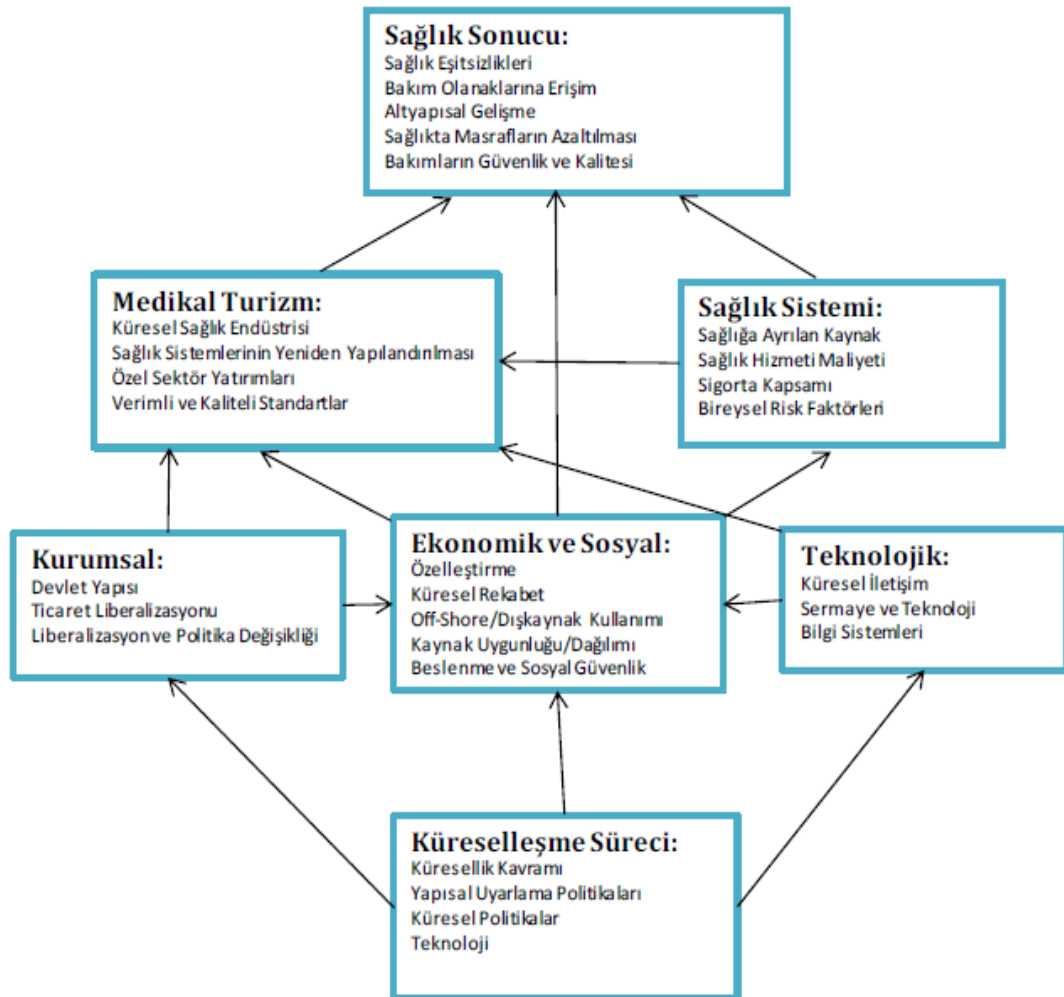
Şekil 4. Medikal Turizm Endüstrisi İçin Girdiler (Gencal, 2019) .



Şekil 4'ten de anlaşılacağı üzere medikal turizm hizmetinde akreditasyon konusu sektörün hemen her alanında önceliklerdendir. Bu yönüyle hem geniş bir istihdam sahası yaratmakta hem de ülkesel ekonomilere destek olmaktadır.

Medikal turizmin gelişiminin küreselleşen dünya düzeninde önemi oldukça büyüktür. Teknolojinin ve dolayısıyla ulaşımın gelişmesinden, eğitim sistemlerinin gelişmesine sunduğu faydaların yanı sıra sağlık sistemlerinin de gelişerek hastaların sağlıklarına kavuşması konusunda da ciddi faydalar sağladığı görülmektedir.

Medikal turizm 2015 yılı itibariyle 70 milyar dolar ekonomik hareketlilik yaratmıştır. O yüzden bizim gibi elinde fazlasıyla turistik ürün çeşidi bulunup, turizmde mevsimsellik kavramından sıyrılmamış, ekonomik açıdan gelişmekte olan ülkeler için adeta can suyu olma niteliği taşımaktadır (Çimen, 2018) .



Şekil 5. Küreselleşme ve Medikal Turizmin Kavramsal Çerçevesi (Hadi A, 2009) .

Avrupa ve Amerika’da sağlık hizmetlerine ulaşımın hastalar açısından ekonomik açıdan yüksek olması, yeterli yatak kapasitesine sahip olamamaları, bu küreselleşme sürecinde ülkemize en büyük katkıyı sağlayacak noktalardan biridir. Bunun yanında İskandinav ülkelerinde ortaya çıkan 65 yaş ve üzeri vatandaşların genel nüfusa oranının yüksek olması sorunu ve sağlık hizmetlerinde öncelik durumu olmadığı için tedavi sürecindeki gecikme ve aksamalar ülkemiz sağlık turizmi adına diğer önemli bir gelişmedir.

Ülkemizin, gerek yapmış olduğu hastane yatırımları gerek alanında uzman hekimleri gerek tarihi, doğal kültürüyle sağlık turizminde en büyük payı medikal turizmden alması beklenmektedir.

Özellikle son yıllarda İstanbul’da artan saç ekim merkezleri, Anadolu’da birçok şehirde bulunan göz sağlığı merkezleri, Akdeniz Üniversite’si başta olmak üzere birçok üniversitemizde yapılmakta olan organ nakli, ilerleyen yıllarda aktif bir şekilde kullanılması beklenen Kuşadası Adnan Menderes Üniversitesi’nin açmış olduğu diş sağlığı merkezi ülke turizminin geleceğinde adından söz ettirmeye devam edecektir.

Medikal turizmin efektif özelliğini vurgulamak açısından bir örnek verilmesi gerekecek olursa; 2012 yılı verilerine göre Amerika’da yaklaşık 130 bin Amerikan Doları olan açık kalp ameliyatının ülkemizde fiyatı 15 bin dolardır.

**Tablo 6.** Medikal Turizmde Ülkelerarası Fiyat Karşılaştırması (\$) (Zengingönül vd., 2012) .

ÜLKELER	Koroner Arter Bypass Operasyon (\$)	Kalp Kapağı Değişimi (\$)	Kalça Protezi Ameliyatı (\$)	Diz Replasmanı (\$)	Omurga Füzyonu (\$)	Yağ Aldırma İşlemi (\$)
ABD	129 750	58 250	45 000	40 000	62 000	9 000
TÜRKİYE	15 000	16 950	10 750	11 200	7 125	3 333
ALMANYA	17 335	--	11 644	11 780	13 500	4 376
TAYVAN	18 900	27 500	7 500	8 000	5 900	4 000
SİNGAPUR	30 000	12 500	10 725	9 350	9 000	3 000
İNGİLTERE	27 770	25 000	15 840	20 600	32 400	4 950
HİNDİSTAN	8 666	11 750	7 000	7 833	12 000	2 500
TAYLAND	11 000	10 000	11 000	10 500	7 000	1 200

2020 yılı itibariyle dikkat çekici hususlardan biri Türkiye Cumhuriyeti vatandaşlarına kalp ameliyatları ücretsiz yapılmaktadır. 2020 yılında özel bir hastanede sağlık turizmi amacıyla yapılacak kalp ameliyat ücreti de 12 bin dolar civarındadır.

2020 yılı itibariyle (seyahat kısıtlamasının olmadığı bir tarih için) New York-İstanbul havalimanı arası yapılacak gidiş dönüş bir uçuş için Türk Hava Yolları uçak bileti yaklaşık olarak 1000\$-1200\$'dır ([www.turkishairlines.com](http://www.turkishairlines.com)) . 2020 yılı şartlarına göre Amerika Birleşik Devletleri'nde New York'ta bypass operasyonu ortalama 120 bin ila 215 bin dolar arasında değişmektedir ([www.health.costhelper.com/bypass.html](http://www.health.costhelper.com/bypass.html)) . Yani bir başka söyleyişle kalp ameliyatı olması gereken bir Amerikan vatandaşı, bu ameliyat için Newyork yerine İstanbul'a gelerek minimum 100bin dolar üzerinde tasarrufta bulunabilmektedir. Bu durum bizlere sağlık turizminin getirileri konusunda önemli ölçüde fikir vermektedir.

Yine tablodan Hindistan'ın neden bu kadar çok tercih edildiğini görmemiz mümkündür. Fakat bilindiği üzere gerekli tanıtım faaliyetleri yapılacak olursa Türkiye'nin gerek sosyo-kültürel gerekse tarihi ve doğal çekicilikler göz önünde bulundurulduğunda Hindistan'a nazaran çok daha büyük bir kitleye hitap edebilmesi mümkün olabilir.

Uluslararası sağlık hizmetleri kaynağı merkezi (IHRC) tarafından yapılan Medical Tourism Index raporuna göre, ülkelere medikal turizm skorları verilmiştir. Bu koşullar medikal turizm yapılacak ülkenin çevresi, ülkenin sahip olduğu medikal turizm endüstrisi ve sunulan tesis ve hizmetler olmak üzere üç ana başlıkta belirlenmektedir.

Ülke çevresi konusu ana başlığının alt başlıkları ise şu şekildedir; ekonomi, güvenlik, imaj ve kültür. Medikal Turizm Endüstrisinin gelişiminin bilinen en önemli iki sebebi; hedef ülkenin cazibesi ve medikal turizm maliyetleridir. Son olarak tesisler ve hizmetler başlığının etmenleri; kaliteli bakım, itibar, uluslararası bir hizmet niteliği taşıma ile akreditasyon ve hasta deneyimidir. Bu 3 ana nokta altında yapılan puanlamalara göre ülke sıralamaları şu şekilde olmuştur;

**Tablo 7.** Ülkelerin Medikal Turizm Puanlaması (Ünal, 2019) .

Sıra	Ülke	Puan	Sıra	Ülke	Puan	Sıra	Ülke	Puan
1	KANADA	76,62	15	KOSTA RİKA	67,67	29	MEKSİKA	60,7
2	İNGİLTERE	74,87	16	DOMİNİK	67,58	30	TÜRKİYE	60,6
3	İSRAİL	73,91	17	DUBAİ	67,54	31	KATAR	60,07
4	SİNGAPUR	73,56	18	JAMEİKA	67,17	32	FAS	59,77
5	HİNDİSTAN	72,10	19	TAYLAND	66,60	33	ÜRDÜN	57,02
6	ALMANYA	71,90	20	FİLİPİNLER	66,40	34	RUSYA	57,01
7	FRANSA	71,22	21	TAYVAN	66,28	35	UMMAN	56,90
8	KORE	70,16	22	BREZİLYA	65,22	36	TUNUS	56,78
9	İTALYA	69,50	23	ÇİN	64,78	37	KUVEYT	52,69
10	KOLOMBİYA	68,48	24	POLONYA	63,79	38	S.ARABİSTAN	52,43
11	İSPANYA	68,29	25	ABU DHABİ	63,56	39	BAHREYN	51,99
12	JAPONYA	67,00	26	MALTA	62,97	40	LÜBNAN	49,92
13	PANAMA	67,93	27	G.AFRİKA	62,20	41	İRAN	36,00
14	ARJANTİN	67,67	28	MISIR	60,92			

Tablo 7’de görüldüğü üzere medikal turizm açısından dünyada en çok skor yapan ülkelerin başında Kanada gelmektedir. Bu Kanada’da sağlık turizmi maliyetlerinin daha düşük olmasından kaynaklanan bir sebep değildir. Bu yüksek skorun sebebi, ülke ekonomisi, cazibesi, imajı gibi konularda almış olduğu yüksek skorların getirisiidir.

İlk sıralarda dikkat çeken bir diğer ülke Hindistan’dır. Hindistan’ın üst sıralara taşınmasında en önemli etkenlerden bir tanesi doktorlarının cerrahi alanında uluslararası bir üne sahip olmalıdır. Özellikle kalp ameliyatları ve dental turizmde en çok tercih edilen ülkelerden biri konumundadır.

Panama, Kostarika, Dominik Cumhuriyeti gibi ülkeler daha çok doğal cazibeleriyle ön plana çıkarken, Brezilya ve Arjantin ise ekonomik olmaları sebebiyle tercih edilen ülkeler arasındadır.

Türkiye’nin sahip olduğu değerler, güvenlik probleminin olmaması, doğal, tarihi, kültürel çekim gücü, maliyetlerin düşük olması, uzman doktor hekimleri ve uluslararası akreditasyona sahip birçok hekime sahip olması sebebiyle önümüzdeki 10 yıl içerisinde listenin ilk 10 sırasında kendine yer bulması sürpriz olmayacaktır. Elbette bu konuda yapılacak tanıtım faaliyetlerinin profesyonel şekilde yürütülmesinin önem arz ettiği tekrar vurgulanmalıdır (Azimi vd, 2017) .

## 2.11.2. Termal Turizm

Termal sözcüğü Antik Yunan dilinde “therm” köküne dayanmaktadır. “Therm” kelimesi Antik Yunan’da sıcaklık anlamına gelmektedir. Ardından yine bu kelimedenden sıcak su anlamına gelen thermal sözcüğü ve yüksek sıcaklığın derecesini belirlemek amacıyla da thermique sözcükleri kullanılmaya başlanmıştır (Taş D, 2014) .

Daha önce sağlık turizmini çeşitlerine göre 3 farklı kategori içerisinde sınıflandırmıştık: Yalçın’a göre ise, sağlık turizm hizmetleri de amaçlarına göre 3 farklı kategoride değerlendirilmiştir. Bunlar; Tablo 11’de detaylı şekilde verilmiştir.

**Tablo 8.** Amaçlarına Göre Sağlık Turizm Hizmetleri (Yalçın,2013) .

Koruyucu Hizmetler	Tedavi Edici Hizmetler	Rehabilitasyon Hizmetleri
Bakım (Wellnes)	Tıbbi (Medikal)	
Beslenme	Tanı	
Dinlenme	Göz	
Bedensel Aktiviteler	Diş	Onarım
Zihinsel Aktiviteler	Estetik	İleri Yaş
Eko Turizm	Kanser	Engelli
Spa (Thermal- Thalaso-Hidro)	Organ Nakli	Bağımlılık
Tamamlayıcı Uygulamalar (Masaj, Bitkisel vs.)	Kalp Damar	Diyaliz
	Tüp Bebek	
	Fizik Tedavi	
	Medikal Spa	

Bir kavram olarak “Wellness” ilk kez 1959 yılında geliştirilerek, vücut, zihin, ruh sağlığı ve çevreye bağımlı olarak ortaya çıkan esneklik ve sağlıklı olma hali şeklinde tanımlanmıştır. Wellness turizmi, sağlık turizminin bir alt kategorisi olarak görülmektedir. Adams Wellness’in dört temel ilkesi olduğunu varsaymaktadır. Adams’a göre wellness; “kapsamlı bir yapısı olan, hastalıkların nedenleri üzerine araştırmalar yapan, ilgilendiği konuların başında denge unsuru olan, münferit ve olgusal açıdan güçlü” bir kavramdır (Güleç, 2011) .

Sağlığın korunması, geliştirilmesi veya yaşam kalitesinin artırılmasına yönelik yapılan seyahatlere Wellness Turizmi denilmektedir. Termal turizm ve SPA-Wellness profesyonel bakım hizmetleri sağlayacak uzman oteller veya tesisler tarafından gerçekleştirilebilmektedir. Özellikle kaplıca tedavileri eklem rahatsızlıkları başta olmak üzere birçok hastalığın tedavisinde veya tedavi sonrası destekleyici sağlık hizmetinde kullanılmaktadır.

Fizik tedavide ise daha çok sıcak su banyoları ve masajlar ile daha az hareketli olan kasların çalıştırılarak, eklem ağrılarının giderilmesi amaçlanır (Uygun, 2018) . Kùltür ve Turizm Bakanlığı'na göre termal turizm kavramları;

“Kùr: tedavi etkenini belli ölçüde, düzenli aralıklarla, belli zamanda tekrarlanarak uygulanan tedavi yöntemi,

Balneoterapi: doğal iyileştiriciler ile yapılan banyo kürleri,

Hidroterapi: mineralli termal sular ile yıkanma, duş alma uygulamaları,

İçme kürleri: doğal mineralli suların belli sürelerde, belli aralıklarda ve belli ölçüde içilmesiyle yapılan içme kürleri,

İnhalasyon Uygulamaları: mineralli su zerreciklerinin solunması ile yapılan tedavi yöntemi,

Peloidterapi: Şifalı çamurların tedavi amaçlı kullanılması,

Talassoterapi: Deniz suyu ve güneşten yararlanılarak yapılan tedavi yöntemi” şeklindedir (www.yigm.ktb.gov.tr) .

Sağlık turizmi kapsamında ele alınan termal turizm kavramının oluşabilmesi için en önemli husus doğal sıcak kaynak sularıdır. Özellikle jeolojik açıdan genç oluşumlu ÷lkelerde termal kaynaklar gör÷lmektedir.

Fay hatlarında bulunan kırıklardan yeryüzüne çıkan sıcak, mineral yönünden zengin şifalı suların, çamur ve buharın bulunduğu, uygun coğrafi ve iklim şartlarını barındıran bölgeler, termal turizm merkezleri kabul edilmektedir. İçerisinde spa ve wellness turizmini de barındıran termal turizm özellikle yaşlı ve engelliler için medikal turizmin de içerisine dahil edilmektedir (Tengilimoğlu, 2017) .

Türkiye jeotermal kaynaklar açısından dünyada yedinci sırada, Avrupa Birliği ÷lkeleri arasında ise, ilk sırada yer almaktadır. Türkiye'nin sahip olduğu iklim çeşitliliği, doğal ortam çeşitliliği, zengin kùltür ve tarih çeşitliliği diğer ÷lkelere göre önemli üstünlüklerindedir. (Akın, 2016) .



Resim 1. Türkiye Jeotermal Kaynaklar Dağılımı ve Uygulama Haritası (www.mta.gov.tr) .

Yukarıdaki resim 1 incelendiğinde, özellikle Afyon ve Yozgat bölgesi başta olmak üzere, Konya, Kırşehir, Denizli ve Aydın gibi birçok bölgemizde mineral yönünden zengin, termal turizm için uygun jeotermal yatakları olduğu görülmektedir.

Anadolu’da termal sağlık Hitit’ler döneminden beri süregelmektedir. Türkler Anadolu’ya girdikten sonra, geleneksel termal tedavi alanı olan hamam yapılarını inşa etmeye başlamıştır. Bilindiği gibi islamiyette temizlik için durgun su kullanılmazdı. Bu sebeple yeniden şekillenen hamam yapıları Selçuklulardan sonra Osmanlı’ya ardından da bizlere miras kalacak ve bütün dünyada Türk hamamları bir marka değeri oluşturacaktır.

Cumhuriyetle birlikte termal tesislerin önemi bir kez daha dönemin dahisi Mustafa Kemal Atatürk tarafından keşfedilmiş ve Anadolu’da bilinen ilk termal otel olan Yalova’da ilk termal otelin temeli 1936 yılında atılmıştır (Doğaner, 2001) .

Türkiye’de toplam 46 ilde sayı olarak yaklaşık 190 dolaylarında kaplıca tesisi bulunmaktadır. Bu kaplıcalardan yılda ortalama 8,5 milyon vatandaşımız yararlanmaktadır. Ancak yapılan araştırmalar ne yazık ki bize, var olan termal su kaynaklarının yalnızca %5’inin bir tesis aracılığıyla kullanılabilirdiğini veya yatırıma dönüştürülebildiğini göstermektedir.

Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın açıkladığı verilere göre; Türkiye’de günlük 1milyon turistin yararlanabileceği düzeyde termal su bulunmasına rağmen birçok tesiste termal suyun ihtiyaç fazlası kullanımı olduğu birçok bölgede ise tesis yetersizliği sebebiyle termal suyun boşa akarak israfa neden olduğu gözlemlenmiştir (Gülen, 2012) .

Termal turizm uygulanabilirliği olan merkezlerde birçok fayda sağlamaktadır. Bu faydalar farklı turizm türlerine göre termal turizmin öne çıkan yönleri olarak kabul

edilebilir. Bunlar;

Termal tesislerde insan sağlığını iyileştirici aktivitelerin yanısıra animasyon, rekreasyon faaliyetleri ve dinlenme imkanının bulunması,

Farklı turizm türleriyle entegrasyona uygun bir yapıya sahip olması,

Mevsimsellik sıkıntısı bulunmaması sebebiyle yılın herhangi bir döneminde değerlendirilebilir,

Maliyetini çabuk geri ödeyen karlı ve rekabet gücüne sahip yatırımlar olması,

Ciddi düzeyde iş istihdamı oluşturması, şeklinde sıralanabilir (Gülmez, 2012) .

#### Termal Kaynak Suları ve Tedavi Edici Özellikleri

Termal kaynak suların içerisinde bulunan mineral yoğunluğuna göre şifalı sular farklı hastalıkların tedavisinde kullanılabilir. Ülkemizde de her birin ayrı mineral özelliği bulunan termal suların etkileri şu şekildedir;

Sodyum Klorürlü Sular; Eklem kireçlenmeleri, dermatolojik hastalıklar, astım, bronşit, kardiyolojik hastalıklar, kan dolaşımı problemi hastalıkları, fiziksel ve sinirsel yorgunluklar,

Hidrokarbonatlı ve Karbonatlı Sular; Beslenme bozukluğu, böbrek ve idrar yolları rahatsızlıkları ve eklem rahatsızlıkları hastalıklar,

Sülfatlı Sular; Beslenme Bozukluğu, böbrek ve idrar yolları hastalıkları,

Demirli Sular; Kandaki demir oranının zayıflığı,

Arsenli Sular; Fiziksel zayıflıklar,

İyotlu Sular; Solunum yolu rahatsızlıkları, kardiyolojik sorunlar, kan dolaşımı ve göz rahatsızlıkları,

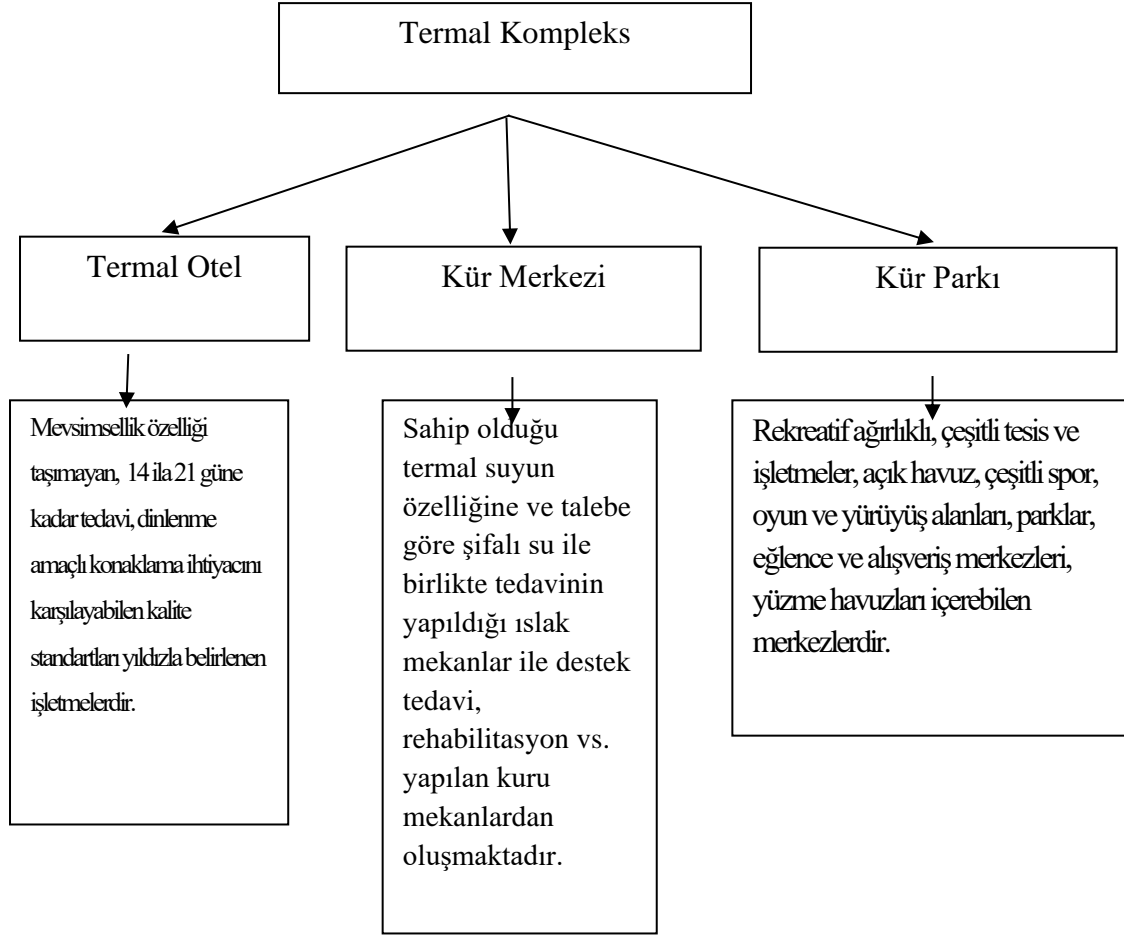
Kükürtlü Sular; Eklem rahatsızlıkları, deri, kadın, göz ve solunum yolu rahatsızlıkları,

Radonlu Sular; Eklem rahatsızlıklar, hormonal dengesizlikler, kadın hastalıklar, kardiyolojik rahatsızlıklar ve kan dolaşımı rahatsızlıklarını tedavi etmektedir.

Termal kompleksler sahip oldukları alt yapı ve sundukları hizmetlere göre üç farklı kategoride değerlendirilebilirler. Tablo 12’de detayları verilmiştir.



**Tablo 9.** Termal Kompleksler (Özbek 2015) .



Özbek'in de belirttiği üzere termal alanları, sunduğu hizmete göre çeşitlilikler gösterebilmektedir. Ülkemizde termal turizm konusunda en yaygın kullanım tesisi ise termal otellerdir.

### 2.11.3. Kuşadası'nda Termal Turizm

Türkiye Turizm Stratejisi 2023 ve Eylem Planı kapsamında termal turizm ülkemizde gelecek vaat eden turizm türlerimizden biridir. Bu kapsamda Kültür ve Turizm Bakanlığının açıkladığı parçanın Güney Ege kısmında olan Aydın Kuşadası ilçesi sahip olduğu termal kaynaklar sebebiyle önem arz etmektedir.

Kuşadası, Adnan Menderes ve Dalaman havalimanlarına olan yakınlığıyla, ön plana çıkan kruvaziyer turizmiyle ve turizm alt yapısıyla diğer bölgelere göre daha önemli bir konumdadır. Kuşadası'nın Mayıs ayından Kasım ayına kadar ortalama deniz sıcaklığı 19,1°C'dir (Köksal, 58) . İklim koşullarının uygun olmasının da burada yapılacak turizm faaliyetlerine destek olduğu söylenebilir.

Kuşadası, Efes, Milet, Priene ve Didim antik kentleri, Meryem Ana Evi, Dilek Yarımadası Milli Parkı, Bafa Gölü, Şirince Köyü gibi birçok farklı turistik çekim noktasına çok yakın olan konumu sebebiyle bölgede yapılacak termal turizm faaliyetleri sağlık turizm potansiyelini artırması beklenmektedir.

**Tablo 10.** Sağlık Bakanlığı İzinli Kuşadası Termal Turizm Merkezleri, (Aksu ve ark, 2011).

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

Not: Tablo incelenirken belediye belgeli işletmeler ölçüme dahil edilmemiştir.

Kuşadası Davutlar bölgesinde termal otel kavramına uygun, sağlık bakanlığı izin belgesiyle işletilen yalnızca iki otel bulunmaktadır. Toplamda 160 yatak kapasitesi bulunan işletmeler dört mevsim boyunca faaliyetlerine devam etmektedirler.

İl genelinde işletme belgesine sahip termal tesislerin ortalama doluluk oranları ise; 2009 yılı istatistiklerine göre %33,03'tür. Tesislere geliş ve geceleme sayıları kıyaslandığında ise, bölgemiz rakamlarının termal turizmde öne çıkan illerden Afyonkarahisar ve Denizli'den oldukça düşük olduğu gözlemlenmiştir (Aksu ve ark, 2011) .

#### **2.11.4. Geriatri ve Engelli Turizmi**

Dünya genelinde artan ortalama ömür süreleriyle beraber yaşlı ve ileri yaş kavramlarında değişiklik olsa da, günümüzde 65 yaş ve üzeri için yaşlı ifadesi kullanılmaktadır. Geriatri turizminin amacı sağlığı korumak ve yaşam kalitesini artırabilmektir. Onlara daha tatmin edici ve sağlıklı bir yaşam sunabilmek adına Gerontoloji bilimi ortaya çıkarılmıştır. Yaşlı turizminin engelli turizmiyle aynı noktada buluşan yönü

ise, genel olarak rehabilitasyon olarak sağlık turizminden faydalanıyor olmasidir (Karakoç, 2017) .

Ülkemizin genç oluşumlu bir ÷lke olması sebebiyle birçok zenginliği bünyesinde barındırmaktadır. Bu da daha fazla turistik ürün çeşidine sahip olması anlamına gelmektedir. Geriatri turizminde ÷lkemize en çok gelen talebin yaşlı bakımı ve termal turizm konusunda İskandinav ÷lkelerinden (Danimarka, Norveç ve İsveç) geldiği tespit edilmiştir.

Orta Doğu ÷lkelerinden gelen turistler ise, termal tesisler ve Spa tedavisi için kaplıca merkezleri, özellikle de göz tedavisi ve estetik cerrahi ile saç ekimi konusunda Türkiye'yi tercih etmeye başlamıştır (Türkiye Sağlık Vakfı Raporu, 2010) .

**Tablo 11.** Dünya'nın En Yaşlı Nüfusuna Sahip Olan Ülkeler (Aydoğdu ve ark, 2016) .

Ülkeler	65 Yaş Üstü %
Japonya	25
Monaco	24
Almanya	21
İtalya	21
Yunanistan	19
İsveç	19
Portekiz	19
Bulgaristan	19
Finlandya	19
Avusturya	18
Litvanya	18
İspanya	18
Türkiye	8
Brezilya	7

Tablo 11'de gör÷ldüğü üzere ÷lkemiz genç nüfuslu bir ÷lkedir. Bilindiği gibi ileri yaşlarda karşılaşılan sağlık problemleri genç yaşta olduğundan çok daha uzun sürelerde tedavi edilebilmektedirler. Hastanelerde yaşanan uzun süreli beklemler, yaşlı hastaların enfeksiyon riskini artırmakta, fiziksel ve psikolojik açıdan yıpranmalarına sebep olmaktadır. Bu yüzden birçok konuda olduğu gibi 65 yaş ve üzeri vatandaşlarımıza sağlık kuruluşlarımızda da onların hayatlarını kolaylaştırıcı öncelikler sağlanmaktadır. Fakat Japonya, Almanya, İskandinav ÷lkeleri gibi ÷lkelerde bu tarz ayrıcalıklar söz konusu değildir.

Örneğin Japonya’da hükümet yaşlı hastalarını yabancı ülkelerdeki huzur evlerine gitmeleri konusunda teşvik etmektedir. Bu sebeple, Türkiye’nin geriatri turizmi konusunda ilerleyen yıllarda çok daha güçlü bir konuma geleceği ön görülmektedir (Mercan ve ark, 2014) .

Yüksek düzeyde yaşlı nüfusa sahip ülkelerin birçoğu bu nüfusun sağlık hizmetlerini yurt dışında almasını teşvik etmektedir. Bu durum gelişmemiş ve gelişmekte olan ülkeler içinse ekonomik getirisi yüksek bir pazara dönüşmüştür. Üçüncü yaş turistleri turizmin yüksek sezonu kabul edilen Mayıs-Eylül ayları turizm yerine, mevsimin daha ılıman ve tesislerin daha az yoğun olduğu Mart-Nisan ve Ekim-Kasım aylarını turistik amaçlı tercih etmektedirler. Bu da turizm sezonunun süresinin uzamasına yardımcı olmaktadır.

Dünyada bulunan yaşlı nüfusun %80’i bir kronik rahatsızlığa, %68’lik bir oranı da en az iki kronik rahatsızlığa sahiptir. Bu rahatsızlıklar yaşlı nüfusun büyük bir çoğunluğunu engelli statüsüne taşımaktadır (Karakoç, 2017) .

Engelli bireyler turistik faaliyetlere doğrudan katılabilecekleri gibi tedavileriyle turizm hareketlerini birleştirebilecekleri sağlık turizmi katılımcısı olabilmektedirler.

Son yirmi yılda engelli bireylerin seyahat esnasında karşılarına çıkan tüm olumsuzluklara rağmen, günümüzde engelli bireyler için geliştirilen turizm organizasyonlarında birtakım pozitif değişimler dikkat çekmektedir. Bu pozitif yöndeki değişimlerde başta İngiltere ve ABD olmak üzere gerçekleştirilen hukuki düzenlemeler ve lobi faaliyetlerinin fazlaca katkısı bulunmaktadır (Yaylı ve ark, 2006) . Engelli bireylerin turizm faaliyetlerine katılımında ne gibi sorunlarla karşılaştığını içsel ve dışsal faktörler olarak inceleyecek olursak;

**Tablo 12.** Engelli Bireylerin Turizm Faaliyetlerine Katılımda Karşılaştıkları Engeller, (Yılmazdoğan, 2015) .

İÇSEL FAKTÖRLER		DIŞSAL FAKTÖRLER	
Kişilik Kaynaklı Engeller	Ekonomik Engeller	Çevresel Engeller	Birbiriyle İlişkili Engeller
Bilgi Eksikliği	Ekonomik kısıtlılıklar	Konaklanılacak yerin ulaşılabilirliği/ mimarisi	Beceri zorlukları ve uyumsuzluklar
Sosyal Yetenek Eksikliği	Gelir eşitsizliği	Patikalar, yokuşlar gibi doğal çevre engelleri	İletişim zorlukları
Sağlık Kaynaklı Etkenler	Seyahat süresince birine duyulan ihtiyaç	Ulaşım engelleri	Etkinliklere katılımdaki isteksizlik/ cesaretsizlik
Fiziksel ya da Psikolojik Etkenler		Kurallar ve yasal düzenlemeler	Çalışanların davranışları
Seyahatin Bir Hak Olarak Görülmemesi		Güvenlik problemleri	Bilginin tutarlılığı ve kullanılabilirliği

Tablo 12’den de açıkça anlaşılacağı üzere, engelsiz turizm çalışmaları mutlaka sağlık turizmüne de entegre edilmelidir. Tüm turistik servisler, ulaşım olanakları, iletişim güçlükleri, yasalarla getirilecek haklarla birlikte engelli bireylerin kullanımına uygun hale getirilmelidir (Yılmazdoğan, 2015)

**Tablo 13.** Türkiye ve Bazı Ülkelerin Nüfusa Göre Engelli Oranları

Ülke	Toplam Nüfus	Engelli Oranı	Engelli Sayısı
Türkiye	73 722 000	% 12	8 846 640
İngiltere	61 838 154	% 13	8 038 960
Avusturya	8 364 095	%20,9	1 748 095
İsveç	9 302 123	% 12,1	1 125 556
Norveç	4 827 038	% 17	820 596

Dünya nüfusunun çok büyük bir bölümü engelli bireylerden oluşmaktadır. Tablodan da anlaşılacağı üzere, Türkiye bu ülkeler arasında en fazla engelli bireye sahip olan ülkedir. Türkiye’yi takiben 2. Sırada İngiltere gelmektedir. Engelli oranı olarak Türkiye’ye en yakın noktada İsveç bulunmaktadır. 9.302.123 nüfusu olan ülkenin 1.125.556 vatandaşı engelli birey konumundadır.

Tablo 16’da özellikle nüfusuna oranla en yüksek düzeyde engelli vatandaşı olan ülke olarak Avusturya’yı görmekteyiz. Onu takibinde yüzde 17’lik oranıyla 820 binin üzerinde vatandaşı engelli olan Norveç görülmektedir. İskandinav ülkelerinde yaşlı nüfusun fazla olması engelli oranlarının daha yüksek olmasının bir göstergesi olarak yorumlanabilir.

### 3. GEREÇ VE YÖNTEM

#### 3.1. Araştırma Yöntemi

Bu çalışmada araştırma yöntemi olarak fenomenolojik (olgusalıcı) bir yaklaşımla nitel veri analizleri yapılmıştır. Nitel araştırma yöntemlerinden röportaj ve odak grup çalışması uygulanmıştır.

Olgusalıcı yaklaşımlarda bireysel evren araştırılarak, sorun saptama yoluna gidilmektedir. Bu yüzden de araştırma sürecinde, yaklaşımın temelini bireysel deneyimler oluşturmaktadır (Atay ve ark, 2019) .

Bu yaklaşım yönteminde araştırmacı, katılımcıların kişisel (öznel) tecrübeleri ile ilgilenmektedir. Bireylerin algıları ve olaylara yüklediği anlamlar incelenmektedir. “Nitel araştırma, bireylerin yaşamlarındaki rutin ve problematik anları ve anlamları tanımlayan çalışmaları ve çeşitli empirik materyal setini vaka incelemesi, kişisel deneyim, içebakış, yaşam öyküsü, görüşme, gözlemsel, tarihsel ve görsel metinler içermektedir.” Nitel araştırmalarda en çok tercih edilen yöntemler katılımlı gözlemler ve görüşmelerdir (Kuş, 2003) .

Bu çalışmada görüşme soruları içeriği ve sayısı belirlenirken, benzer çalışmalar ve uzman görüşünden faydalanılmıştır. Röportaj kısmında katılımcıların var olan bilgilerini nerden elde ettiklerini ortaya koyabilmek adına ilk soruda kendilerini tanıtmaları istenmiştir. Takip eden sorularda ise bilgiye dayalı yorum yapmaları için açık sorular tercih edilmiştir. Son kısımda ise bilimsel çalışmanın tartışma bölümünü şekillendirecek sorunlar ortaya koyularak, çözümleri için yapılması gerekenler, olası sağlık turizmi müşterilerinin dikkat etmesi gereken hususlar adına yorum yapmaya yöneltecek nitelikte sorular belirlenmiştir.

Odak grup katılımcılarına yöneltilen sorular ise uzman görüşü olarak önceden belirlenmiştir. Karışık sırayla aynı soruların katılımcılara yöneltilmesi sonucu ortaya çıkan veriler, çalışmada parça bütünlüğü açısından sıralı bir şekilde aktarılmıştır. Soruların aynı olmasının nedeni, odak grubun üzerinde yoğunlaştığı sorunlar ve çözümlerin daha geniş bir yorumla ortaya koyulabilmesinin sağlanmasıdır.

Bu çalışmada yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntemde araştırmacı, belirli bir konuda, önceden belirlemiş olduğu soruları katılımcılara yöneltilmektedir. Katılımcılar ilgili görüşme anına kadar sorular hakkında bilgilendirilmemiştir.

Görüşülen uzmanlardan Kuşadası Belediye Başkan Yardımcısı ile yapılan görüşmede yalnızca yazılı kayıt tutulmasına izin verilmiş ve tutulan kayıtlar kendisine gösterilerek tez çalışması içerisinde kullanılması onamı alınmıştır. Kuşadası İlçe Kaymakamı ve odak grup görüşmelerinde sesli ve yazılı kayıtlar alınarak, turizm sektöründe çalışan iki yardımcı eşliğinde bu kayıtlar deşifre edilmiştir.

### **3.1.1. Görüşme**

Görüşme, veri toplama amacı olan basit sohbetler olarak nitelendirilebilir. Görüşmelerde bilgi ve tecrübelerine dayalı sorulara cevap veren kimseler “katılımcı” ismiyle tanımlanmaktadır. Birincil veri kaynağı olarak katılımcılar ilgili soruları cevaplandırır.

Görüşmelerde dikkat edilmesi gereken husus katılımcıların görüşme yapılmasına karar verilen konu hakkında daha önce bilgilendirilmemiş olmalarıdır (Berg ve ark, 2019) . Görüşme yönteminde sorulacak olan sorular genel itibarıyla yüz yüze ve sözlü iletişim şeklinde yapılmaktadır.

Bu yöntemde görüşme yapılması planlanan kişinin veya grubun, görüşme yerinin, görüşme zamanının, görüşme yönteminin ve görüşme sonrası sonuçlarının güvenilirliğinin denetlenebilir nitelikte olması gerekmektedir (Rızaoğlu,2004) .

Bilimsel araştırmalarda görüşme yöntemi kullanılırken belirli hususlarda dikkatli olunması gerekmektedir. Bunlar;

Soruların kolay anlaşılabilir nitelikte olması

Konu odaklı soruların belirlenmesi

Soruların net olması, anlam kargaşası yaratmaması

Katılımcıyı yönlendirecek soruların sorulmaması

Birden çok boyutu olan sorular sorulması

Sorulan soruların alternatif sorularının bulunması

Soruların belirli bir türle sınırlı kalmaması

Soruların mantık çerçevesinde olması ve geliştirilebilir nitelikte olması şeklinde belirtilebilir (Karataş, 2015) .

### 3.1.2. Odak Grup Görüşmesi

Odak grup görüşmeleri, son yıllardaki yapılan nitel araştırmalarda sık kullanılan bilimsel bir veri toplama yöntemidir. Odak grup görüşmelerinin temel çıkış noktası, sosyal psikoloji ve iletişim teorileridir. Pazar araştırmalarında da sıklıkla kullanılan bu yöntem, sosyal bilimlerde başlangıç araştırması niteliğindeki çalışmalarda yaygın olarak kullanılmaktadır.

Sosyal bilimlerde birebir görüşmeler ve anketler ile birlikte kullanılsa da bu yöntem, aslında en sistematik veri toplama yöntemlerinden biridir. Görüşmelerde elde edilen veriler, birebir görüşme ve anketler için güçlü alt yapılar oluşturabilmektedir (Kitzinger, 1995) .

Küçük grup tartışmaları, davranış bilimlerinin önemli bir yöntemidir. Odak grup görüşmeleri, “izin veren ve ürkütücü olmayan bir ortamda belli bir konuya ilişkin algıları öğrenmek, amacı ile dikkatlice planlanmış tartışmalar olarak” tanımlanabilir (Budak, 2006) .

#### Odak Grup Görüşmesinin Aşamaları

1. Araştırmacı, bu bölümde araştırmak istediği konuyla alakalı kavramsal ve kuramsal sınırlarını belirleyerek planlamasını oluşturur.

2. Bu bölümde şu soruların cevaplarını arar;

Kimlerle görüşüleceğinin,

Seçilen kişilerin neden seçildiğinin,

Seçilmiş olan kişilerdeki ortak özellikler ve sebeplerinin,

Görüşme başlıklarının neler olması gerektiğinin.

Soruların hangi sırayla sorulması ve hangi soruların sorulması gerektiğinin ve



nedenlerinin cevapları aranmaktadır.

3. Yapılması planlanan görüşmenin yer ve zamanı araştırmacı tarafından belirlenir.

4. Belirlenen konum ve zaman diliminde görüşme başlatılır.

5. “Görüşme sonrasında; gözlemcinin kayıt altına aldığı notlar ve ses kayıtlarının çözümlemesi grubun içerisinde bulunduğu sosyal ortamın özellikleri de dikkate alınarak yapılır.” Sonrasında ise, bu konu görüş ve düşüncelerin analizi gerçekleştirilerek, çalışma akademik bir rapor haline getirilir (Güzel, 2006) .

### 3.1.3. Araştırma Evreni ve Örneklem

Araştırmanın evrenini Aydın ili Kuşadası ilçesinin sağlık turizm potansiyelinin ortaya çıkarılabilmesindeki uzmanlar oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise, Kuşadası İlçe Kaymakamı, Kuşadası Belediye Başkan Yardımcısı ve profesyonel turist rehberleri oluşturmaktadır. Örneklem belirlenirken gönüllülük esası ön planda tutulmuştur. Görüşmeler yüz yüze görüşme yöntemiyle, odak grup ise 3 profesyonel turist rehberiyle yapılmıştır.

Görüşmede katılımcılar her bir sorunun ardından cevaplarını vermişlerdir. Odak grup görüşmesi esnasında katılımcılar önceden belirlenmiş soruları karışık sırayla cevaplamışlardır.

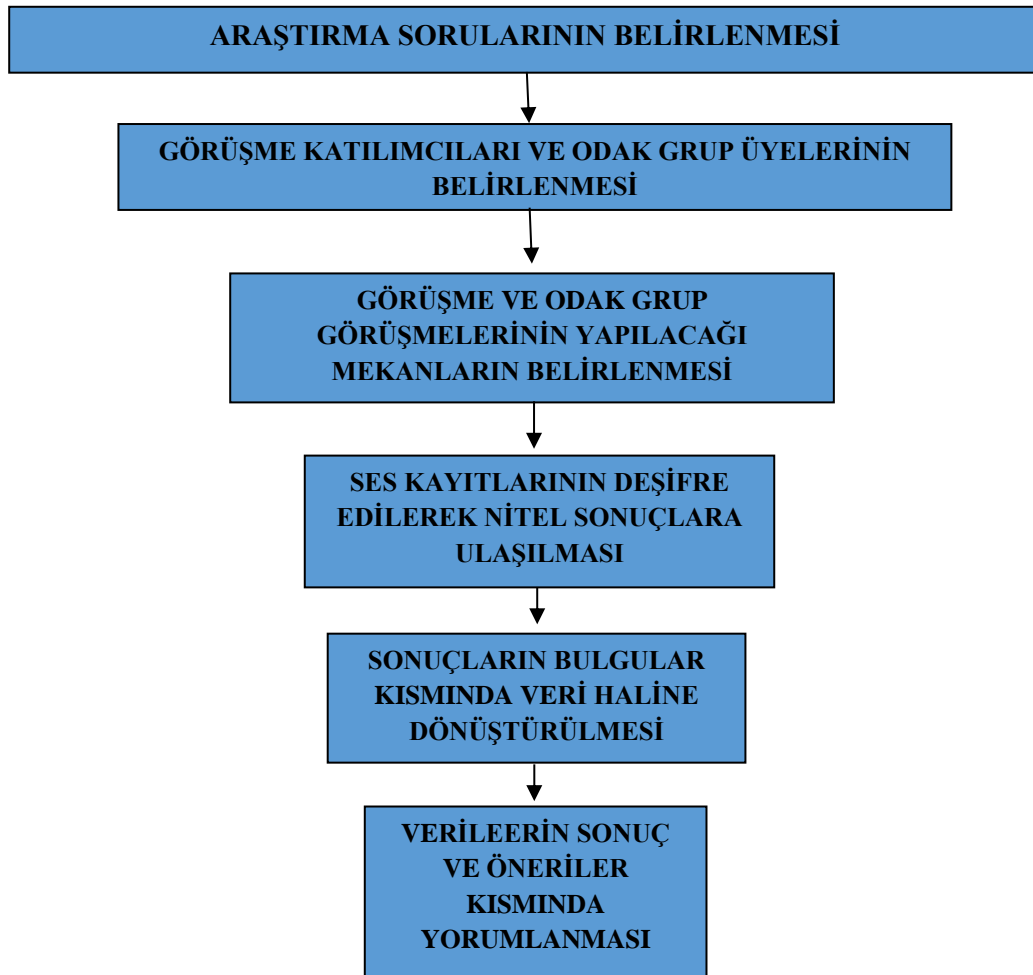
Odak gruptaki profesyonel turist rehberi olan katılımcılar, Türkiye genelinde rehberlik faaliyetlerini yürütmektedir ve ikisinin daha önce buldukları sektörde yöneticilik tecrübeleri vardır.

Yine odak grupta bulunan profesyonel turist rehberlerinden ikisi aynı zamanda Aydın Turist Rehberleri Odası, Türkiye Turist Rehberleri Birliği delegeleridir. Olgusal araştırmalarda önemli olan nokta, örneklem hacminin büyüklüğü değil edinilen verinin sistemli şekilde toplanmasıdır. Fenomenolojide toplanan bilginin subjektif ve birincil olması amaçlanmaktadır (Atay, 2011) .

### 3.1.4. Araştırma Modeli

Bu araştırma raporu şekil 6'da gösterilen modelleme üzerinden hazırlanmış ve sonuçları, bulgular bölümünde tablo şeklinde sunulmuştur. Modelleme kısmında "Odak Grup"un işleyiş safhaları aktarılmıştır.

Bu sıralama araştırma sorularının belirlenmesi, odak grubun ve toplantı yerinin belirlenmesi, odak gruba soruların yöneltilmesi, ses kaydı ve not tutulması, ses kayıtlarının deşifresi, deşifrelerden verilerin elde edilmesi, elde edilen verilerin bulgular kısmında tablollaştırılması ve sonuç kısmında yorumlanmasından oluşmaktadır.



Şekil 6. Araştırma Modeli

### 3.1.5. Verilerin Toplanması

Verilerin toplanması aşamasında görüşme yöntemi ve odak grup görüşmesi tercih edilmiştir. Görüşme yöntemlerinde bulunduğu konular ve mesleki tecrübeleri sebebiyle konuya hakim olabilecekleri tespit edilen Kuşadası Kaymakamı ve daha önce kendisi de doğrudan termal turizmle ilgilenmiş Kuşadası Belediye Başkan Yardımcısı katılımcı olarak belirlenmiştir.

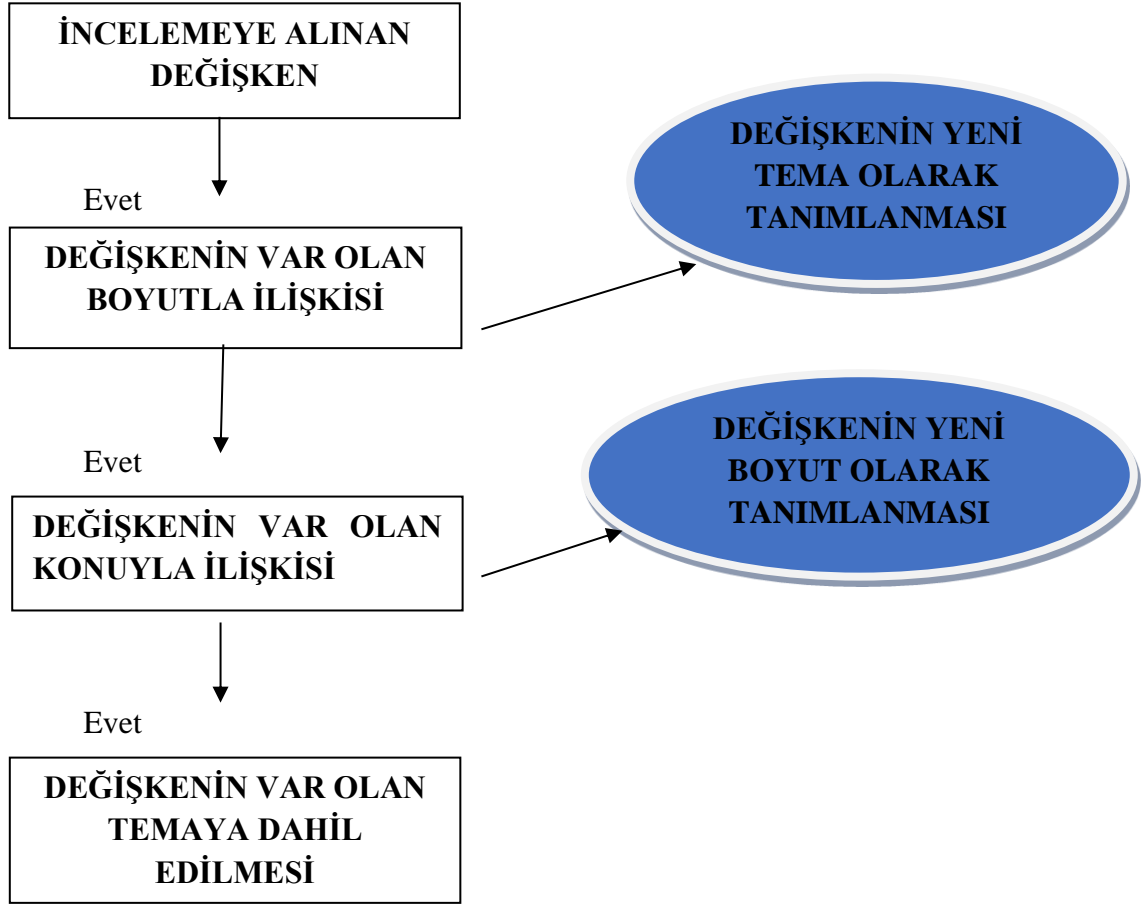
Onwuegbuzie ve Leech (2007) 'e göre odak grup görüşmelerinde katılımcı sayıları alt sınırı 6, üst sınırı ise 12'dir. Bu konuda uzmanların görüşleri farklılıklar göstermektedir. Örneğin Holloway ve Wheeler ise (1996) "Odak grup görüşmelerindeki örneklem sayısı her katılımcının görüşlerini paylaşabileceği kadar az olmalı, ancak farklı görüşlerin elde edilebileceği kadar büyük olmalıdır" şeklinde yorum yapmışlardır. Odak grup katılımcıları aynı meslek grubundan ve eğitim düzeyinden olabileceği gibi konuya hakim olan farklı kimseler olarak da belirlenebilmektedir (Başkale, 2016) .

Bu yüzden bu araştırmada tamamı profesyonel turist rehberleri olan üç kişiden oluşan bir odak grup belirlenmiştir. "Bazen birçok kişiden görüş toplamak yerine bir uzmanlar grubundan görüş almak, gerçeğin daha doğru anlaşılmasını sağlar" (Altındağ, 2005) .

Bu çalışmada odak grup görüşmesine davet edilen profesyonel turist rehberleri belirlenirken ülke içerisinde veya dışında farklı sağlık turizm merkezlerini ziyaret etmiş, ilgili tesislerin yöneticileriyle iletişim halinde olan, meslek odası yönetiminde bulunmuş ve aktif bir şekilde rehberlik faaliyetini sürdüren turist rehberleri belirlenmiştir.

### 3.1.6. Verilerin Analizi

Verilerin analizi bölümünde, nitel verilerin analizinde kullanımı çok tercih edilen içerik analizinden yararlanılmıştır. Bu teknikte araştırmacı; "nitel veri seti içindeki temaları ortaya çıkartarak veri setinden elde ettiği değişkenleri ilgili konu başlıkları altında toplamakta ve böylece verileri sınıflandırmaktadır." Bu çalışmanın içerik analizinde uygulanmış olan model Tablo 18'de görülmektedir.



Şekil 7. Yapılan Araştırmanın İçerik Analiz Modeli (Atay, 2011)

Şekil 7'den anlaşıldığı üzere değişkelerin öncelikle hangi boyuta dahil olması gerekliliği gösterilmiştir. İncelenen değişkelerin okuyucuları yönlendirici etkisi olmaması için çalışma konusunda katılımcılara bilgi verilmemiştir.

Değişkenlerde öznel yorumların katılımcılar tarafından oluşturulmuş olması sebebiyle, değişkenler doğrudan konuyla ilişkilendirilebilmiş ve/veya mevcut temaya dâhil edilmiştir.

Değişkenler şayet saptanan boyut ve temalardan birine dâhil olmuyorsa, değişken için yeni bir boyut oluşturulacaktır. Fakat boyutlardan şayet birine dâhil ise hangi temaya ait olduğu belirlenecektir. Analiz sürecinde elde edilen değişkenlerin aralarındaki ilişkiler incelenip, yorumlanacaktır.

### 3.1.1.1. Kuşadası İlçe Kaymakamı Yapılan Görüşme

S1) Kısaca kendinizi tanıtır mısınız?

C1) İsmim Saadettin Yücel.1964 Çorum doğumluyum. İlk, orta ve lise eğitimlerimi Çorum'da tamamladım. Ardından Ankara Üniversitesi Siyasal Bilimler Fakültesi'ni bitirdim. Dil ve yerel yönetim eğitimim için bir sene İngiltere'de eğitim gördüm. Muğla'nın yatağan ve Ula ilçelerinde kaymakam vekilliklerimin ardından 1990 senesinde Eskişehir'in Mihalıççık ilçesinde kaymakam olarak göreve başladım.

Ardından Altınyayla İlçesi Kurucu Kaymakamı, Varto Kaymakamı (1992-1994), Gürün Kaymakamı (1994-1997), Gazipaşa Kaymakamı (1997 -1999), Havza Kaymakamı (1999-2004), Turhal Kaymakamı (2004-2008), Beşiktaş Kaymakamı (2008-2013), Karşiyaka Kaymakamı (2013-2018) ve 2019 yılı itibariyle de ilçemiz Kuşadası kaymakamlığı yapmaktayım. Evli ve iki çocuk babasıyım.

S2) Sağlık turizmi hakkındaki görüşleriniz nelerdir?

C2) Turizmin kelime anlamının ne olduğunu biliyoruz. Turizmi, seyahat olarak nitelendirmek gerekirse seyahatin de amaçları gerekleri olur. Şimdi bu bağlamdan hareketle, insanların en büyük zenginliklerinin bir başka ifade ile ihtiyaçlarından bir tanesi de sağlık. Sağlığın olmadığı yerde hiçbir şey olmaz. Bu cümleden Anlaşılacağı üzere başta İstanbul'umuz olmak üzere konuya girmek istiyorum.

Kimi hastaneler, hastanelerle birlikte oteller sağlık turizmi adı altında dünya insanların ihtiyaçlarını karşılar. Bizim bu alandaki yetkin doktorlarımız ve tıp müesseselerimiz de sundukları hizmetlerle, ilgili alanda bu taleplere cevap vermektedirler.

Kendi adıma görüp değerlendirebildiğim kadarıyla da son derece yerinde güzel ve ilerisi olan bir uygulama. Bunu Kuşadası özeline indirgediğimizde, burada da böyle bir kıpırdanma olmakla beraber henüz en azından İstanbul'da olduğu kadar maalesef yok.

Kısmen İzmir'de tanıdığı olduğum Karşiyaka Medical Park hastanesinde gördüğüm uygulamalar itibari ile Kuşadası'nda henüz bunun karşılığı yok. Fakat potansiyel açısından baktığımızda özellikle İzmir Balçova tesislerinin bir zamanlar dünya çapında özellikle İskandinavya Ülkelerine yönelik sağlık turizmi adı altında özetlenebilecek uygulamalarını bu konudaki ülkemizdeki ilginç uygulamalardan biri olarak niteleyebiliriz. Fakat değişmeyen tek şey değişimin kendisi prensibi çerçevesinde bundan 10 yıl önce bir alanda

yaptığımız çalışma 15 yıl sonra yarım kalabiliyor.

Toparlarsak Türkiye'de yukarıda bahsettiğim konuların artısını eksisini gözden geçirerek Kuşadası'nda özellikle termal potansiyelimizi göz önünde bulundurarak bunun önce su kaynakları ve çeşitliliği özellikle mineral zenginliği açısından söyledim. 2. dereceden de sahip olduğumuz yatak kapasitesi ve çeşitliliği açısından çok kısa zamanda hemen hizmete sunabilme kabiliyetine haiziz.

Yani demek ki un var yağ ve şekerde diyebiliriz. Şimdi sorun burada ustalıkta aslında. Her ne kadar un yağ ve şeker biraz daha arttırılması ve geliştirilmesi gerekiyor olsa da hemen ilk etapta tadımlık ya da kısa vadeli bir ihtiyacı karşılayacak bir malzeme olduğu da kesin.

Bu nedenle mesele burada ustalıktır. Şimdi işte hep dönüp dolaşıp pek çok alanda olduğu gibi ustalık meselesine de takılabiliyoruz. Yani kalifiye eleman sorunundan bahsediyorum. Futbolda da topu defansta orta sahada iyi çeviriyoruz da fakat bir türlü son adamı bulup golü atamıyoruz. Öteden beri Türk futbolunun sıkıntısı bu değil midir? Golcü kırsırlığı ya da genel olarak işletme problemleri hangi alanda olursa olsun işletmede eksikliklerimiz olduğunu kabul edebilmeliyiz.

Bu alanda da sahip olduğumuz bu kapasiteyi en iyi şekilde nasıl sunmalıyız nasıl bir tanıtım faaliyetleri dizgesi içerisinde bulunmalıyız? Bu söylendiği kadar beylik ve kolay bir iş değil. Neden? Çünkü deyim yerindeyse, karanlığa atılan bir taş gibi ya da kurşun gibi nereye gittiği belli olmayan bir tanıtım faaliyeti içerisindeyiz bu yüzden bu konuyu özellikle talep eden ülkeler, bölgeler hatta bölgelerdeki kısımları hedef alarak spesifik tanıtım üzerine yüklenmeliyiz.

Kişisel olarak benim değerlendirmem pazarlamanın nokta odaklı yapılması gerektiğidir. Bu konuda; “işte efendim şu böyle yapmıyor bu böyle yapmıyor” demekten ziyade hani derler ya, “nerede bu millet nerede devlet gibi” içi hiddet dolu laflar bir ara çokça konuşuluyordu, bu üsluptan uzak durmak gerekmektedir. Oysaki şunu sormak lazım, sen Neredesin kardeşim? Devletin, milletin nerede olduğu belli de sen neredesin? Konuşmaya gelince güzel icraata gelince yoksun. Tamam, bir yatırım yapmışsın ama oturduğun yerden müşteri bekliyorsun böyle bir dünya yok.

Bu işin bir tarafı iki tarafı da şu bunun altını çizerek ifade etmek isterim her iyi üretim ve hizmet bir başka ifade ile kaliteli üretim ve hizmet ürünü kendi reklamını da yapar. Bu cümleden yola çıkarak, çok kaliteli mal ve hizmet üretelim yan gelip yatalım

demiyorum ama önce ürettiğimiz mal ya da hizmetin kaliteli olduğundan kendimiz emin olalım.

Örneğin mal ya da hizmeti öncelikle kendimiz ve sevdiğimizlerin tüketebileceğine inanalım. Bu konuda birbirimizi de kandırmayalım. Bu işin bir tarafı, diğer tarafına gelecek olursak; ürettiğimiz mal ve hizmetin kaliteli olmasından sonra bunu istikrarlı yapabilmeliyiz. Yani Türk gibi başla Alman gibi sürdür İngiliz gibi bitir cümlesini ters-düz etmeliyiz.

Üçüncüsü; istikrarlı olarak ürettiğimiz mal ve hizmet, kaliteli mal ve hizmetin fiyat politikasını iyi ayarlamalıyız. Eskiden olduğu gibi basit ve ucuz fiyat ve uygulamalarla devam etmek mümkün değil.

Artık bilgiye ulaşmanın bir tuşa uzanmak kadar mesafede olduğu ve bilgiye ulaşma zamanının da bir tuşa bastığımız zaman aralığı olduğu gerçeğini de göz önünde bulundurduğumuzda herkes hemen her türlü bilgiye haiz. Kişisel, kurumsal, sektörler ve ekonomik olarak birini kandırma arzusunda olan yalnızca kendisini kandırır.

S3) Kuşadası'nın daha önce görev yapmış olduğunuz kentlere göre sağlık turizminde güçlü ve zayıf yönleri nelerdir?

C3) İstanbul kabul edelim ki bir dünya kenti. Yani kendisi bizatihi marka olan bir şehirdir. Öte yandan dünyadaki her kısım ve kesimin İstanbul'da, karşılığını bulabildiği bir beklentisi var. Bu bağlamda İstanbul'u Kuşadası ile kıyaslamaya kalkarsak haksızlık olur.

Fakat şimdi Özellikle bu termal'den hareketle ne Karşıyaka'da ne İstanbul'da bunun karşılığı yok. Yani Kuşadası altı ise İstanbul ve İzmir o manada sıfırdır. Yani Kuşadası maça altı sıfır önde başlar. Niye? Ben Beşiktaş Kaymakamı iken havalimanına normal tarifeli bir sefere yetişebilmek için 2 saat önce çıkıyordum. Hâlbuki burada 45 dakikada Çıktığım zaman yetişiyorum. Yani İstanbul'a göre kesinlikle İzmir'e göre kısmen Burası daha avantajlı, trafik problemi yok.

Tabii buranın bir problemi var İzmir için Karşıyaka içinde doğru sorduğun için söyleyeyim Karşıyaka o konuda örnek değil. İzmir havalimanı itibariyle uluslararası uçuşlar, Medical Park'tan biliyorum, yetersiz. Havaalanımız son derece yeterli Buna karşın uçuşlar yetersiz. Bu konuda temel yakınmalardan bir tanesi İstanbul aktarmalı geliyorlar. Bu ciddi bir problem, ciddi bir engeldir. Bunu mutlak bir suretle sektör ve sektöre yakın yardımcı sektörler aracılığı ile takip etmek lazım.

S4) Termal turizmden Kuşadası'nın yeterince faydalanabildiğini düşünüyor musunuz? Cevabınız hayır ise eksik gördüğünüz yönleri paylaşır mısınız?

C4) Yani yeterince lafı mübalağalı kalır. Mübalağalı konuyu vurgulamak adına "istifade edilmiyor" denebilecek kadar mübalağalı diye ifade edebilirim. Neden? Çünkü temel kaynağımız oldukça Zengin ve zengin olan bu kaynak zenginliği açısından da oldukça iyi radyoaktiviteden tut da bilmem neyi ne kadar... Benim şimdi çok iyi bilmediğim konular olduğu için ahkâm kesmeyeyim. Geleneksel ukalalıktan kaçınayım. İnsan bilmediğini biliyor olmalı. O nedenle bu konuda bir şey söyleyemem ama kulağıma gelen şeyler bana gelen bilgiler bu şekilde.

Şimdi burası (Kuşadası) Türkiye'de turizmin başladığı bir yer doğru mu? Deyim yerindeyse bir zamanlar turizmin başkentiydik. Şu anki durumun yeterli yetersiz olması ayrı bir konudur. Belediye ile özel şirket ya da diğer teşvik unsurları, örneğin; merkezi idare ya da diğer fonlar, el ele vermek suretiyle buradaki özellikle kolay ulaşılabilir çapta bulunan mevcut tesislerimiz termal ile tanışmak zorundadır. Böylelikle buraya gelen müşteri ister termale gelir isterse normale gelir.

Sonuçta Ticaret yapmıyor muyuz? Ticaret yapıyoruz. Bu güzel de bir şey, ayıp da değil ayriyeten, insanlara geniş bir yelpazeden ürün çeşitlendirmesi yaparak sunmalıyız. O yüzden bunu göz önünde bulundurarak bakıyorum mevcutta üç, üç buçuk tesis var. 4 diyemiyorum. Bu tesislerden bile tam kapasitede faydalanabildiğimizi söylemek güç.

Bu bakımdan ben de yakınıyormuş gibi görünüyor olabilirim ama bunu yakınmak adına söylemiyorum bir tespit olarak söylüyorum. Başta tesis sahipleri ardından seyahat acenteleri ve 3. Olarak ATRO yani Aydın turist rehberleri odası olarak bu potansiyel mevcut misafirlere tanıtılmalıdır. En azından var olan potansiyel tam kapasite ile kullanılmalıdır. Belli bir daire etrafındaki mevcut tesisler, uzatılacak hatlarla termalle buluşturulmalıdır. bildiğimiz gibi artık izolasyon sorunu yok, var olan termal su neredeyse sıfır ısı kaybıyla tesislere ulaştırılabilmektedir.

Mevcut teknoloji bu ulaşımı kilometrelerce yapmaya müsaittir. Bu bakımından belediye başkanımız, belirli oda başkanlarımız veya temsilcileriyle mevcut tesis sahipleriyle bir toplantı yapmayı planlıyorum. Çünkü bizim klasik tavrımız bu coğrafyada oturduğumuz yerden yakınıyoruz, bir başka ifadeyle söyleniyoruz. Hâlbuki söylenmek değil söylemek lazım. Söylenmek ve söylemek birbirinden farklı iki terimdir. Lakin bizimde kendimize göre beklediğimiz bir zaman olgunlaşması mevcuttur. Uygun zamanda bu toplantıyı yapmak



üzere bir araya geleceğiz.

S5) Sağlık turizmi konusunda Kuşadası'nı uluslararası platformda bir marka yapabilmek adına yerel yönetimlerin, STK'ların ve diğer unsurların yapması gerekenler nelerdir?

C5) Turistlere “haydi ülkemize gelin dediğiniz zaman” bunu demeyi gerektirecek uygun kalite ve seviyede bir hizmet sunumunuz olmalıdır. İkincisi, yatırımcılar ellerini taşın altına koymak amaçlı ceplerine götürmelidirler. Gerekirse bu konuda kendilerine destek olabilecek kimseleri ağırlayacaklar, meramlarını anlatacaklar. Konu maddiyata dayalı olunca genelde herkes topun altına girme kısmını başkalarından bekliyor.

Ben bunun doğru olmadığı kanaatindeyim, tabi ki kamu dahil olmak üzere bu konuda imkanlar dahilinde destek verilebilir ancak tesis ve işletmelerin kazanç sağlayacakları bu noktada daha cüretkar olmaları beklenmektedir. Bunu sağlayabilmek adına yurtdışı bağlantıları konusunda tanıtım faaliyetlerine yeterli harcamalar yapılmadığı kanaatindeyim. Bu yüzden tesislerimizin gerekli ilgiyi görmediği kanaatindeyim.

Bu konuda bizim diğer şehirlere göre çok büyük bir artımız var. Bildiğiniz gibi Aydın Turist Rehberleri Odası'nın rehberlerinin çok büyük bir kısmı Kuşadası'nda ikamet etmektedirler. Keza Türsab'ta Kuşadası'nda birçok üyeye sahip. Bu da tanıtım ve pazarlama faaliyetleri potansiyeli açısından Kuşadası'nın ağırlığının daha yüksek olduğunun bir göstergesidir.

Demek ki her kurum ve kuruluş bu alanda kendi sorumluluğu olmasa dahi bu alanda da çalışma yapmalıdır. Çünkü bu gerçekleştiğinde fayda sağlayacaklar bileşenler arasında bu odalarda vardır. İlgili odaların “banane tesisten” deme lüksü yoktur. Bu yüzden diyorum ki bütün bileşenler bir araya gelip bir görev dağılımı yapmalıdırlar.

Daha önce belirttiğim gibi bu birlikteliğin sağlayıcısı olmaya çalışacağım. Ne yapabiliriz, kimden ne isteyebiliriz, bu illa maddi olmak zorunda değildir. Herkes yapabileceği ne varsa ortaya koymalıdır. Kim ne verebilecekse bunları ortaya döneceğiz. Bunun büyük bir fayda sağlayacağı kanaatindeyim.

Havza kaymakamlığı yaptığım sürede termal turizmle 5 sene haşır neşir olma fırsatı buldum. Türkiye'de ki diğer örnekleri gezme fırsatım oldu. Bu bağlamda Kuşadası'nın çok kısa vadede bunu başarabileceğine inanıyorum. Su belediyemiz tekelinde olduğu için bu durum birazcık da belediyemizin yatırım bütçesi ile alakalıdır.

Elbette termal su verebildiğimiz tesisler olduğu gibi veremediğimizde çok sayıda tesis bulunmaktadır. Bu tesislerinde termal suya kavuşmaları ve termal suya kavuşan tesislerinde ilgili yatırımların tanıtımı için ellerini taşın altına sokmaları gerekmektedir.

S6) Şayet bir yatırımcı olsanız Kuşadası'nda hangi sağlık turizm türüne yatırım yapardınız? Sebepleriyle birlikte açıklar mısınız?

C6) Ben bir turizm yatırımcısı olsaydım elde bulunan kaynaklar doğrultusunda Kuşadası'nda termal turizm üzerine yatırım yapmayı düşünürdüm. Özellikle ilgili akreditasyon sağlandıktan sonra doktorlarında onayladığı bir tamamlayıcı sağlık turizmi ögesi olarak termal turizm yatırımı yapmak isterdim. Fakat bu basit ve sıradan olur. Beşiktaş'ta görev yaptığım dönemde gözlemlediğim Siyami Ersek Hastanesi var. Bu hastanenin 6.katından itibaren üst katları yerli halka kapalıdır. Bunun sebebi Avrupalı acentelerle yapılmış olan anlaşmadır. Ciddi düzeyde bypass ameliyatları yapılmaktaydı. Günümüzde ülkemizde bypass ameliyatları çok yaygın bir şekilde hastanelerimizde yapılmaktadır.

Hastalıklarında günümüzde fazlalaşması sebebiyle bu konuda yapılabilecek çok fazla yatırım olduğuna inanıyorum. Yatırımlar hususunda özellikle termal kür ve fizyoterapi alanına da öncelik verilmesi kanaatindeyim.

Yine bir diğer husus elbette dental turizm konusudur. Şayet bir müteşebbis olsam Kuşadası'nda kurulmuş olan diş sağlık turizm merkeziyle de iletişime geçtim. Tabi öncelikle buranın aktif kullanılabilmesi için otellerin ve seyahat acentelerinin bu merkezle iletişime geçip buranın aktif kalmasını sağlaması lazım.

Kuşadası hem termale hem dişe, hem denize sahip olması yönüyle çok güçlü potansiyeli olan bir pazardır. Fakat bunun uluslar arası piyasada karşılığının tam olarak ne olduğunu bilmiyorum. Zira Balçova'dan bahsetmiştim. İskandinav ülkelerinden çok sayıda misafir burayı ziyaret ederken artık gelememeye başladılar. Çünkü turizm uluslar arası siyasetle doğrudan alakalıdır. Şirketler, biraz altını eştiğinizde net bir şekilde görebilirsiniz küresel güçlerin etkisinde haliyle bu yönüyle de uluslararası siyaset turizm üzerinde ciddi etkiye sahiptir.

Geçenlerde bir güvenlik görevlisi arkadaşına bahsettim, Amerika'da bir vatandaş gidip bir okulu makineli tüfekle tarayabiliyor, benim ülkem Amerika'dan daha güvenlidir. Lakin ekonomik güç batılı devletlerde olduğu için, "Türkiye'yi yeteri kadar güvenli bulmuyorum" diyor.

Örneğin daha önce limanımıza uğrayan gemilere, Türkiye'ye gidecekseniz sigorta yapmıyoruz diyor, haliyle bu da bizim için olumsuz sonuçlara sebep oluyor. Buna karşı ne yapabilirsiniz? Nasıl bir tedbir geliştirebilirsiniz. Acentede onun, sigortada onun, medyada onun. Aslına bakarsanız dünyada tek el var. Gerçekçi olmak lazım. “Yok, hocam öyle değil, aslında böyle...” sözlerini söyleyemem. Şu zamanda ki şu bilgi birikimiyle böyle bir şey söylemem söz konusu olamaz.

Her ülke kendi partner ülkesini belirliyor ve politikalarını buna göre şekillendiriyor. Aslına bakarsanız bu insanlarda da geçerli olan bir kuramdır. Bazı insanlar ikinci adamken, bazıları birinci adamdır. Bu doğal bir etkileşimdir, kolay kolay değişmez. Bizim ülkemizde doğası gereği ikini adamı oynayamıyor. Ya birinci adam olacak ya da asla o yapının içerisinde bulunmayacak. E tabi bunu da başkaları kabul etmiyor, istemiyorlar. Senin birinci adam olmanı asla kabul edemiyorlar. Zamanında bir şekilde güç ve para ellerine geçmiş, bunu kullanabildikleri kadar kullanıyorlar.

Zamanımız kızma ve suçlama zamanı değildir. Şimdi bizim burada birbirimizi suçlamadan, ayırtırmadan, fark etmemiz gereken konu birbirimizi anlayabilirsek, anlaşabiliriz. Anlaşabilirsek çalışabilir, çözüm üretebiliriz. Yoksa hepimiz oturduğumuz yerden “şu şunu yapmıyor, bu bunu yapmıyor” demekle yetiniriz. Bu çok fazla “az gelişmiş ülke” ağzıdır. Bu ülkede artık bu tarz söylemleri bırakmamız gerektiğine inanıyorum.

Sonuç itibariyle bu bir takım oyunudur. Gol atsak da birlikte, gol yesek de birlikte yiyeceğimiz bir takım oyununun oyuncularımız. Hangi takıma, hangi siyasi partiye, hangi akıma gönül vermiş olursak olalım sonuçta bu gök kubbenin altında beraber yaşıyoruz. Yani kazanırsak da birlikte kazanacağız, kaybedersek de birlikte kaybedeceğiz.

Maalesef ülkemizde futbol takımı taraftarlığı sebebiyle düşmanlık oluyor, böyle bir şey mümkün olabilir mi ama oluyor. Turizm meselesi hassasiyeti çok yüksek bir meseledir. Bunu unutmamak lazım gelir. Uluslararası politikalarda üsluba dikkat etmek gerekmektedir. Fakat bu da tek başına yeterli değil. Sonuçta adamların elinde güç var. Haliyle ben turist göndermeyeceğim deyince olay bitiyor. Burada bakmamız gereken kurdu kuzuyu yeme fikrinden vazgeçirebilmek. Bir yolunu bulmak durumundayız.

S7) Kuşadası'nda yatırım yapmayı düşünen yeni yatırımcılara önerileriniz nelerdir?

C7) Türkiye'nin ve bölgenin şartlarını, uluslararası ilişkileri iyi okuyabilmemiz gerekmektedir. Bunlardan bağımsız ir şekilde bu işleri tasarlamamak lazım. Kuşadası bazında konuşacak olursak burada dünyanın en güzel denizlerinden biri var, en güzel yeşil

alanlarından biri var, en güzel iklimlerden birisi var. Tabi bunlar doğal olanlar güzellikler bunların yanı sıra bir de yapay olanlar var. Selçuk'undan, Milet'ine, Priene'sine çok sayıda tarihi ve kültürel alanlarımızda var. Böyle bir yatırım imkânınız varsa bunların her birini göz önünde bulundurmak durumundasınız.

Tabi bununla birlikte, merkezin taşra temsilciliği yani kaymakamlık olarak, yerel yönetim olarak, şehrimizi yatırımcılara burada yatırım yapmalarını destekler şekilde onların işlerini kolaylaştıracak şekilde tasarlamak gibi de bizlerin ödevleri vardır. Bunu da tabi yatırımcıların göz önünde bulundurması gerekmektedir. Bu bağlamda da ben yedi aydır buradayım. Görevde bulunduğum andan itibaren belediye başkanımızla, bileşenlerle ayda bir toplantı yaparak, şehri daha cazip hale getirebilmek için, yatırımcıların işlerini kolaylaştırabilmek için çalışmalar yapıyoruz.

Elbette her kesim ve kısmın da idrak etmesi gereken bir husus var o da kamu menfaatidir. Senin kişisel menfaatin elbette önemli fakat kamu menfaatinin olmadığı yerde senin şahsi menfaatlerin bir müddet sonra yok olacaktır. Bunu başta eğitim kurumlarımız olmak üzere sosyal ortamlarda ve özellikle medya organları vasıtasıyla vurgulamamız lazım. Yani altın yumurtlayan tavuğu kesmememiz lazım.

Maalesef yalnızca bizim ülkemizde değil, birçok yerde bir an evvel altının tamamına ulaşmak gayesiyle altın yumurtlayan tavuğu kesen veya kesme amacıyla olan teşebbüsler çıkıyor. Bu da hem kendilerine hem de başkalarına zarar veriyor. Bu da yeni yatırımların önünü keseceği gibi mevcut yatırımları da sektörden soğutabilir. Demek ki: bir toplumsal eğitim, biliş ve bilinç alışverişine ihtiyacımız var. Turizmin maksatları vardır. Kimi insan dinlenmek, kimisi eğlenmek, kimisi sağlık amaçlı kimisi de hepsi için gelebilir.

Kısacası insanlar rahat etmeye gelirler. Nereye kadar? Kendi doğal çevrelerinde bulamadıklarını bulabilinceye kadar birer turizm katılımcısı olurlar. Kendi ortamlarının sınırına düşüğü andan itibaren buranın bir cazibesi kalmaz. Artık potansiyelin kendi etrafındaki alternatifleri çoğaldı ve bu alternatiflere ulaşmakta kolaylaştı. Bilgiye ulaşmak bir tuşa dokunma mesafesi kadar uzaktır.

Bu yüzden artık Rabbena hep bana anlayışının bırakılıp, testere misali, bir sana bir bana anlayışının benimsenmesi lazım. “Kazan kazan” politikalarıyla beraber sürdürülebilir turizm vurgusunun her şeyin önüne koyulması lazım. Bunun içinde ortak aklı kullanıp, ortak sorumlulukları yerine getirmemiz lazım. Bunu gerçekleştirebilmek için de bir yönetim ve bir de denetim tarafı olması şarttır.

### 3.1.1.2. Kuşadası Belediye Başkan Yardımcısı İle Yapılan Görüşme

S1) Kısaca kendinizi tanıtır mısınız?

C1) 1970 yılında Kuşadası'nda doğdum. 1987 Selçuk Lisesi Tabii Bilimler bölümünü bitirdim. Ardından Anadolu üniversitesi, İktisat Fakültesi, Kamu yönetimi bölümünden mezun oldum. İkinci üniversite olarak, Anadolu Üniversitesi, Hukuk Bölümü, Adale Programını bitirdim. Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Anabilim Dalında yüksek lisans yaptım.

1996 yılında Davutlar Belediyesinde memuriyet hayatım başladı. Bu süreçte çeşitli muhasiplik ve yazı işleri müdürlüğü görevlerinde bulundum. Uzun süre Kültür ve Sosyal İşler Müdürlüğü ve Mali hizmetler Müdürlüğü yaptım.

2009 yılında Belediye başkan yardımcılığı görevine asaleten atandım.2014 yılında 6360 sayılı kanunla Davutlar Belediyesinin kapanmasının ardından, Kuşadası Belediyesine devirle geçtim. 2014 yılından günümüze Kuşadası Belediyesi başkan yardımcılığı görevini yürütmekteyim.

Çalışmalarında, ekip çalışması, yerel ve yerinde yönetim ve vatandaş odaklı kamu hizmeti önceliğini ön planda tutmaktayım.

S2) Kuşadası sağlık turizm potansiyeli hakkında ne düşünüyorsunuz?

C2) Kuşadası'nda sağlık turizmine başlanmadı. Başlanması gereken nokta ise termal turizmdir. Sağlık turizmi adı altında devam etmekte olan suni termal turizmin sağlık turizmi olarak kabul edilemeyeceğini belirtmekte fayda var. Bunun yanı sıra termal turizm adına Kuşadası'nın ciddi bir potansiyelinin olduğunu söylemek yerinde olacaktır.

S3) Kuşadası'nı etrafında bulunan diğer sağlık turizm merkezlerinden ayıran pozitif ve negatif yönleri nelerdir?

C3) Kuşadası termal turizm konusunda kesinlikle istenilen noktada değildir. Bunun en önemli sebebi mevcut bölge otellerinin bu yatırıma olan mesafeli duruşlarıdır. Termal turizm faaliyetleri Kuşadası özelinde 2008 yılında Natürmed Otel'le başladı. Burası bir proje oteliydi. Belediyenin yap-işlet-devret modeliyle yapmış olduğu tesistir. Fakat o dönemde KODER (Kuşadası Otelciler Derneği) ile çok toplantılar yapılsa da kışın otellerin kapalı olması sebebiyle yatırımcıların termal turizmden uzak durduğu görüşü bizlere bildirildi. İşletmecilerin bu konudaki tavırlarının en büyük sebeplerinden ikisi konu

hakkında yeterli bilgiye sahip olmamak veya yatırımdan sonra olabilecek olumsuz sonuçlardan korkmalarıdır.

2012 yılında Davutlarda araştırma yapan MTA (Maden Teknik Arama) 2300 hektar büyüklüğündeki sahaya yaklaşık 1,32 milyon dolar ücret ödeyerek bölgede kuyu satın aldı. Fakat birçok işletme bu yatırıma katılmadı. Yalnızca son dönemde Gümüş Termal Otel'e termal su tahsis edildi.

Bunun yanı sıra yine Sayın İsmail Etyemez'in sahip olduğu Asarya Termal otelde termal tesisi yapıldı. Bölgede termal turizmi olması gerektiği gibi icra eden şu an için aklıma gelen dört işletmeden bahsetmem mümkündür. Bunlar; Natürmed Otel ki kendi kuyuları mevcut, Gümüş Termal Otel kuyuları belediyeye ait, Asarya kendi kuyuları mevcut, Radon Otel kendi kuyuları mevcut.

Bölgede yerel yönetim olarak yapmayı amaçladığımız yazın olduğu gibi kış sezonunda da deniz kıyısında bulunan 12 otelimizin açık kalmasını, faaliyetlerine devam etmesini ve birer termal turizm tesisi olmalarını sağlamaktır. Elbette bu maliyetli bir husustur. Bölgedeki işletmelerin buna mesafeli durmasının sebebi de buydu.

Bizim yerel yönetim olarak imkanlarımız müsait. Bölgede hangi otel termal su talebinde bulunacak olursa olsun, biz bunu sağlamaya hazırız.

Termal turizmde bir işletme yapısı örnek alınacaksa şayet ülkemizde bu konuda örnek alınabilecek en başarılı örnek Afyon modelidir. Afyon, Denizli ve Buharkent Kuşadası bölgesiyle kıyaslanacak olursa şayet şehrimizde bulunan birçok tamamlayıcı unsurun, bahsettiğimiz bölgelerde bulunmaması Kuşadası'nın en büyük artısıdır.

Milli Park'ımız, muhteşem plajlarımız gibi doğal güzelliklerin yanı sıra Efes, Priene, Didyma, Milet antik şehirleri gibi de tarihi ve kültürel değerlere sahip olmamız bizi diğer bölgelere nazaran daha güçlü bir konuma taşımaktadır.

S4) Engelsiz turizm adına ilçemizde halihazırda var olan veya yapmayı planladığımız projeleriniz nelerdir? Kuşadası'nı bu konuda marka yapmak, bizi bölgemizdeki rakiplerimizden çok daha üstün bir konuma taşımaz mı?

C4) İşletmelerin (özel sektör) sağlık turizmi kıstasında ekonomik açıdan en çok kazanç sağlayan bölümlerini engelli ve yaşlı turizmi oluşturmaktadır. Fakat maalesef mevcut tesislerimizin fiziki yeterliliği, alt yapısı bu turizm şekline uygun değildir. Otellerin ve acentelerin Avrupa'da bulunan acentelerle uygun anlaşmaları yapıp buraya turist

getirmeleri gerekmektedir. Sadece bölgemizde değil, ülke genelinde de sağlık turizmi icra eden otellerimizin hepsinin fiziki açıdan engelli ve yaşlıların da kullanımına uygun olabilecek şekilde dizayn edilmesi gerekmektedir.

S5) Belediye olarak termal suyun otellere ulaştırılmasında ne gibi sorun veya sorunlarla karşılaşılıyorsunuz?

C5) Yerel yönetim olarak termal suyu işletmelerimize ulaştırmakla alakalı bir sorunumuz bulunmamaktadır. İşletmeler üzerlerine düşen gereklilikleri yerine getirdikleri takdirde bizim onlara termal suyu ulaştırmamızın önünde hiçbir engel yoktur. Elbette bu yatırımlar ciddi maliyetleri olan yatırımlar. Yerel yönetim olarak gerekli izinlerin alınması konusunda biz işletmelere desteğimizi sağlamaktayız. Onlara kalan kısmı ise katılım payı ücretlerinin ödenmesi hususudur.

S6) İlçemizdeki termal otel yatak kapasitesini yeterli buluyor musunuz?

C6) Kuşadası'nda otellerimizde yeterli yatak kapasitesi mevcuttur. Bu otellerin termal otel konseptine geçmesiyle de termal otel yatak kapasitesi de yeterli düzeye gelecektir. Şu an bölgede termal konseptte geçebilecek durumda olan 12 adet otelimiz bulunmaktadır.

S7) İlçemiz sağlık turizmi tanıtım ve pazarlama faaliyetleri adına neler yapılmalıdır?

C7) Tanıtım faaliyetlerini Avrupa standartlarına uygun biçimde yapmamız gerekmektedir. Bu doğrultuda Avrupa'da bu turizm çeşidi üzerine yapılan tanıtım ve pazarlama faaliyetlerini gidip yerinde görülerek buradaki uygulamaların ülkemiz ve bölgemizde de faaliyete geçirilmesi gerekmektedir.

Elbette bunu yaparken dünya konjüktürünün akışının iyi izlenmesi gerekmektedir. Bu hususta Asarya Termal Otel başarılı kabul edilebilecek bir konumdadır. Konuda uzman olan hastanelerin ve doktorların sağlık turizmi katılımcılarına bir kür şeklinde, tıpkı ilaç alır gibi reçete yazarak bu turizm şekline yönlendirmesi gerekmektedir.

Özellikle iyileşme süreci uzun olan hastalarda yazılan reçeteler sonucunda tamamlayıcı bir tedavi kabul edilebilecek sağlık turizm giderlerinin bir kısmının sosyal güvenlik kapsamında devlet tarafından karşılanması gerekmektedir.

Şayet ilgili akreditasyon sağlanıp, konusunda uzman doktor ve sağlık merkezleriyle kaliteli bir sağlık turizmi hizmeti sunacak olursanız, katılımcılar işletmelerin reklamını ekstra bir masraf olmaksızın kendileri yapacaktır. Bildiğimiz üzere en etkili pazarlama

yöntemlerinden bir tanesi “world of mouth” denilen katılımcının kendi yaptığı pazarlama çeşididir.

S8) Siz Kuşadası’nda sağlık turizmi üzerine bir yatırım yapacak olsanız, sağlık turizminin hangi bölümünde bu yatırımı yapmayı düşünürdünüz?

C8) Ben bir müteşebbis olsam Kuşadası’nda kesinlikle termal turizm üzerine bir yatırım yapmayı düşünürdüm. Sağlık turizmi özelinde en iyi alt yapı bölgemizde Termal Turizm üzerinedir. Öncelikle fark edilmesi gereken termal turizmin doğrudan bir turizm çeşidi olmasıdır. Termal turizmin bu yönüyle alternatif turizm ismiyle anılması doğru değildir. İçerisinde bulunduğumuz bölgede termal turizm adına var olması gereken tüm alt yapı ve kaynaklar mevcuttur.

S9) Bölgemizde sağlık turizmi yatırımı yapmak isteyen yatırımcılara ne gibi tavsiyelerde bulunurdunuz?

C9) Bölgede yatırım yapmak isteyen müteşebbislerin bu hususta daha cesur davranmaları yani yatırım yapmaktan kaçınmamaları gerekmektedir. Sağlık turizminin dünya genelinde önemi iyi kavranmalı ve ticari getirileri titizlikle incelenmelidir.

Yapılacak yatırımlar doğru ve uygun destinasyona yapılmalıdır. Özellikle Davutlar ve Güzelçamlı bölgelerimiz bu konuda nokta destinasyonlar olarak kabul edilebilecek destinasyonlarımızdır.

S10) Bu röportajı yaptığımız günü başlangıç noktası kabul edecek olursanız, Kuşadası sağlık turizminin 10 yıl sonraki konumunu nasıl değerlendirirsiniz?

C10) Kuşadası Belediyesi olarak geçmişten bu güne kuyu ve dağıtım konusunda MTA ve diğer kamu kurumu çalışmaları sonucunda Afyon Modeli’ni örnek aldık.

Bu temeller doğru şekilde büyür ve gelişecek olursa bölgemiz termal turizm konusunda Afyon’dan çok daha iyi bir konuma gelecektir. Türkiye’de termal turizm konusunda liderlik ele geçirilip Afyon’dan daha iyi bir konuma gelinmesi içten bile değildir.

Elbette bu hususta asıl iş yatırımcılara düşmektedir. Afyon’da ki termal turizm modeli, yani AFJET Modeli başkanlığını Afyon valiliği yapmaktadır. Şayet bölgede termal turizm üzerine yatırım yapan otellerin sayısı artacak olursa, yeni kuyuların açılarak bu konunun daha ileri boyutlara taşınması mümkün olacaktır.



### 3.1.2.1. Profesyonel Turist Rehberleri Odak Grup Görüşmesi

S1) Size göre sağlık turizmini diğer turizm türlerinden farklı kılan yönleri nelerdir?

C2) İsa Levent Gürçavdı (L.G.)

Öncelikle temel olarak sağlık turizminde özel bir uzmanlaşma gerekmektedir. İkincisi bu bölgeye gelme gibi bir düşüncesi olmayan insanlar dahi sağlık sebeplerinden ötürü gelmek durumunda kalabiliyorlar. Tanıtımı farklı fuarlarda yapılıyor ve amacı sadece gezmek, görmek değil, bir takım tedavilerden faydalanmak olduğu için insanları daha önce gitmeyi planlamadıkları ülkelere bu amaçla gidebiliyorlar. Dolayısıyla hedef kitlesi tamamen farklı, ekonomik düzeyi daha güçlü insanları da ülkeye getirebilme şansı elde ediyorsunuz.

Oğuz Kutucu (O.K.)

Sağlık turizmi ciddi ölçüde uzmanlık gerektiren bir sektördür. Bu uzmanlıktan ötürü de bu amaçla gidilen ülkenin uluslar arası imajını da yükseltmektedir. Dolayısıyla Zambiya’da tırnak taktırmaya da gitseniz Zambiya’da uzmanlaşmış olan doktorlar ve diğer çalışanlar sizin Zambiya’ya bakış açısını değiştirecektir. Bir ikincisi, paralı kimselerin yapmış olduğu bir turizm çeşididir. Yani öyle her isteyeninin istediği gibi bu turizm türünün bir bileşeni olması mümkün değildir.

Zira sağlık turizmine katılanlar kaldıkları otellerden, sunulacak her türlü hizmet unsurunda kaliteyle karşılaşmak isteyecektir. Sağlık turizminden yararlanma süreleri diğer turizm türlerinden yararlanan misafirlerle kıyaslandığında bazı durumlarda geceleme sayıları diğer tüm turizm türlerinin üzerine çıkabilmektedir. Üçüncü noktası ise sağlık turizmine katılan bireylerin, diğer turizm ürünlerine katılan misafirlerle kıyasladığımızda, sağlık turizmine katılan misafirler mutsuz bir şekilde gelip, mutlu dönerler. Bu üzerine düşünülmesi gereken bir olaydır.

Sağlık turizminin katılımcısı olan insanlar bir probleme sahip olmasalar katılımcı olmazlar. Problem çözüldükten sonra şayet geriye dönecek olursa da çok mutlu bir şekilde ayrılır. Bu durumda ülke imajına, katılımcının harcamalarına aynı zamanda ülkenin yurtdışındaki tanıtımını da diğer tüm sektörlerden daha fazla etki eder diye düşünüyorum.

Mehmet Emin Konuk (M.K.)

Sağlık turizmi son yıllarda ülkemizde ki önemi çok artmış olan bir turizm çeşididir. Özellikle saç ekimi, kalp ve beyin cerrahi olmak üzere ülke genelinde ekonomik düzeyi

yüksek turistler için ülkemizin bir cazibe merkezi olduğunu gözlemliyoruz. Burada sağlık turizmini değerlendirirken gelen misafirin sadece sağlık hizmetlerinden faydalanmadığını, birçok farklı yönden, farklı meslek dallarına ekonomik getirisi olduğunu belirtmekte fayda vardır.

Örneğin İstanbul'daysa tarihi yarımada'yı geziyor. Sağlık turizminin paralel bir etkiyle birçok sektöre para kazandırdığını söyleyebiliriz. Yalnız bir riski var. Oğuz hocamın da belirttiği gibi bu sektörde yapmış olduğunuz başarılı işler çok kısa bir sürede dünyada ciddi bir şekilde kendi reklamını yapmaktadır. Fakat hatalı bir işlem, kötü bir unvan edinecek olursanız şayet, bu unvandan kurtulmanız alışlagelmişten çok daha zor olacaktır. Hem olumlu hem olumsuz yönleri var elbette ancak olumlu yönlerinin çok daha fazla olduğunu belirtmekte fayda var.

S2) Sizce etrafındaki sağlık turizm merkezleri yönleriyle kıyasladığında Kuşadası'nı diğer sağlık turizm merkezlerinden farklı kılan eksi ve artı yönleri nelerdir?

C2) L.G.

Sağlık turizmi mevsimsellik özelliği bulunan bir sektör değil. Süreklilik gerektiren bu sektör kışın ekonomiyi canlandırıp, turizm hareketliliği sağlarken, yazın Kuşadası'nda büyük otellerin hemen hepsinin yüzde yüz bir doluluk oranına ulaşmaları, Kuşadası'nın en büyük dezavantajlarından birisi olarak görülebilir. Bildiğiniz üzere Kuşadası bir sahil kentidir ve uzun yıllardır turizme bu yönüyle ciddi katkıları bulunmuştur. Bu çehreden bir anda sıyrılmak çokta kolay olmayacaktır.

Kuşadası'nda sadece bir iki diş hekiminin ve onların bir araya getirip oluşturduğu topluluğun yurtdışı fuarlarına katılımı dışında, sağlık turizmi adına herhangi bir ciddi çalışma yapılmamaktadır. Yine ilçemizde termal su kaynağı olmasına rağmen tesislerin yetersiz olması durumu söz konusudur. Var olan tesisler yavaş yavaş durumlarını toparlasalar da hala istenilen seviyede oldukları söylenemez.

Adnan Menderes Üniversitesi çok büyük bir yatırımla bir diş hastanesi yapmış olsa da akredite durumda olmadığı için, uluslar arası fuarlardan herhangi birini buraya getiremiyorlar veya katılım sağlayamıyorlar. Dolayısıyla Kuşadası'nda şu anda sağlık turizmi emekleme aşamasında bile değildir. Tanıtım yapmak şu aşamada anlamsız olacaktır.

Öncelikle hizmetin istenilen seviyede olması gerekmektedir. Sağlık turizmi sadece termal turizm anlamına gelmez. Diş sağlığı konusunda ilçemizde hastalarının uçak bilet

masrafını, konaklama giderlerini karşılatıp buraya getiren işletmeler var. Türkiye’de zaten hastanelerin birçoğunun içerisinde bulunduğu dünyaca kabul gören “health for you” isminde bir sistem var. Bu hastanenizin akreditasyonunun uluslararası göstergesi olarak görülmektedir. Maalesef katılım maliyetinin ve şartlarının yüksek olmasından ötürü Kuşadası’nda bu sisteme kayıtlı olan bir sağlık kuruluşumuz bulunmamaktadır.

Çünkü bu sistem bilhassa Afrika ülkelerinden, Ortadoğu ülkelerinden hastalarının uçak biletlerini alıp, onun lisanını konuşan bir çalışanı havalimanı karşılamasından itibaren yanına veren tedavisini yaptırıp geri göndermek gibi çok büyük bir faturası olan bir sistemdir. Bence Kuşadası termal turizmle başlayıp, ardından dış konusuna ağırlık verip sonrasında diğer sağlık turizmi ürünlerine yönelmelidir. Fakat sorun şu ki; en az üç veya beş senelik bir yatırım gerekmektedir. Şayet bu yapılabilecek olursa bunun ardından Kuşadası 12 ay boyunca getiri sağlayacak sağlık turizminden çok ciddi bir pay alabilir.

O.K.

Levent bey’in de belirttiği gibi bence de en büyük sorunumuz nitelikli tesislerimizin olmamasıdır. Bu tesisler olmadığı gibi yeterli alt yapıya da sahip olmadığımız için akreditasyon sağlayamıyoruz. Akreditasyon olduğu takdirde yani uluslar arası kuruluşların “evet bu ilçedeki şu tesisler, ilgili konularda sağlık turizmi hizmeti sunabilir.” şeklinde bir rapor verdiği sürece sağlık turizmi elbette yapılabilir. Bu raporlar olmadığı müddetçe herhangi bir bölgede sağlık turizminin gerçekleşmesi çok mümkün değildir. Lakin bu da ciddi ölçüde maddi güç isteyen bir husustur.

Özel sektör bu konuda yapmalı elbette lakin devlette bu konuda yatırımcılara ilgili destek ve kolaylaştırmaları sağlaması gerekmektedir. Özel sektör yatırımda bulunmak istiyorsa devletin gerek kredi, gerek hibe veya vergi affı, indirim yoluyla özel sektöre bu desteği sağlaması gerekmektedir. Davutlar bilgesinin termal su kaynakları hakkında yorum yapmak istemiyorum çünkü bilgi sahibi değilim. Bilgi sahibi olmadan fikir sahibi olmak istemiyorum. Raporları inceleyip sonra yorumlamak gerekir.

M.E.K.

Bence en büyük sıkıntı bu konudaki bilinç eksikliğidir. Sağlık turizminin bölgeye ne ölçüde ekonomik getirisi olabileceğinin bilinmemesidir. Belki bu yönde çalışmalar da yapılmıştır fakat bu farkındalığı yaratacak bilinç maalesef oluşturulmuş değil. Bizde olumsuz olarak nitelendirilebilecek bir huydur, yeni bir şey yapmaktansa, var olan, denenmiş olanı denemekte ısrarcı oluyoruz. Çok yenilikçi bir bakış açısına sahip

olmadığımızı belirtmek durumundayım.

Kültür turizminde iyiysek mesela sadece onun üzerine yoğunlaşıp, diğer turizm türlerini göz ardı ediyoruz bölgelerimizde. Bölgemiz için sağlık turizminin en büyük handikaplarından bir diğeri ise rakiplerimizin bu konuda güçlü olması diyebiliriz. Özellikle bilinç konusunda yerel yönetime ciddi görevler düşmektedir. Onlarda henüz yeni bir yönetimler bildiğimiz üzere. Bu konuda ne gibi adımlar atacaklarını bekleyip görmek durumundayız. Belki de çok daha güzel olur her şey.

S3) Engelsiz turizm hakkında ilçemizde var olduğunu bildiğiniz herhangi bir plan veya proje var mı? Sizin bu konuda yapılabilecekler hususunda fikirleriniz nelerdir?

C3) L.G.

Ben daha önce TUREB (Türkiye Turist Rehberleri Birliği) yönetim kurulu üyesi iken birliğimiz dünyaca ünlü bir “Engelsiz Turizm Derneği”ne üye oldu. Bu esnada dikkatimizi en çok çeken husus ise Avrupa’da engelsiz turizm katılımcı sayısı o dönemki rakamlarla 10milyon kişiydi.

Avrupa’daki devletler engelli vatandaşlarına tatil yapabilmeleri için imkanlar sağlıyorlar. Bizde Selçuk ve Kuşadası bölgesinin bu turizm türüne gayet uygun olduğunu, yapılacak küçük düzenlemelerle engelsiz turizmin bu bölgelerde çok ciddi boyutlara ulaşabileceğini öngördük. Bununla ilgili yerel yönetime (belediye ve valiliğe) birkaç tane rapor sunduk. Fakat maalesef Türkiye’deki politik tavır sebebiyle bunun geri dönüşünü sağlayamadık. Herhangi bir cevap dahi alamadık.

Kuşadası ve Pamucak bölgesi plajları ve şu anki konumu itibariyle otel ve tesislerde yapılacak küçük düzenlemelerle Avrupa’da ki engelsiz turizmden çok ciddi bir pay alabilecek düzeydedir. Küçük yatırımlarla bu bölgeye bahsettiğimiz on milyon engelsiz turistten en azından yüzde yirmi gibi bir dilimi getirilip bölge ekonomisine ciddi düzeyde katkı sağlanabilir. Bu konu üzerine belediye, kaymakamlık ve valiliğin bakanlıkla birlikte ortak bir çalışma yapması gerektiğini düşünüyorum.

Bu sadece engelli turistleri ülkemize getirmek olarak görülmemeli aynı zamanda Türkiye’nin engelli bireylere pozitif yaklaşımının uluslar arası boyutta görülmesi açısından çok önemlidir. Kuşadası bölgesinde yaşayan insanların, engelli vatandaşlar konusunda bilinçli ve duyarlı olduğunu düşünüyorum. Haliyle bu yüzden küçük bir alt yapı desteğiyle Kuşadası bölgesi engelli turizmine açılır. Çok büyük bir olasılıkla da elde bulunan turistik çekim gücüyle kısa bir süre içerisinde Avrupa’nın bir numarası olur.

O.K.

Engelli turizmi yurtdışında ciddi düzeyde desteklenen bir turizm türüdür. Aynı zamanda bu grupların kendi aralarında haberleşmeleri çok güçlü olması sebebiyle eğer engellilerin ihtiyaçlarına cevap verebilecek tesisler yeterli oranda yapılır ve kentte alt yapı olarak buna destek sağlarsa, merdiven, kaldırım yapısı, iş yeri giriş ve çıkışları başta olmak üzere ilgili düzenlemeler yapılırsa bölgenin bundan kazanç sağlama imkanı çok yüksektir.

Tanıtımının daha doğrusu bilinçlendirmenin otorite tarafından çok düzgün bir şekilde, titizlikle yapılması gerekmektedir. Bakanlık veya yerel yöneticiler, bu tesisleri yapan müteahhitlerle birlikte, tekerlekli sandalyeyle beraber bu tesisleri gezeceklerini belirtirlerse her şeyin olması gerektiği gibi yapılacağını düşünüyorum.

M.K.

Engelli bakımından çok ciddi bir potansiyel var. İşin manevi boyutu bir yana maddi açıdan da çok ciddi bir ekonomik getirisi de var engelli turizminin. Kuşadası'nın sosyal, kültürel ve tarihi merkezlere olan yakınlığını buranın bir engelli turizm merkezi olmasında ciddi bir güç unsurudur. Lakin çok ciddi bir alt yapı yetersizliği mevcuttur. Çok basit değişikliklerle bu şehir engelli turizmi açısından uygun hale getirilebilir.

Bence bu konuda Kuşadası'nın en büyük şansı çoğunluğu temsil eden halkın bu konuda duyarlı ve bilinçli, buna rağmen şanssızlığı ise onların idareciliğini üstlenen yöneticilerin duyarsız ve bilinçsiz olmasıdır.

Geçenlerde başıma şöyle bir olay geldi. Efes Antik Kenti'ndeyiz. İki engelli misafirimiz var. Ne misafirlere yardımcı olabilecek bir personel var, ne tekerlekli sandalye var. Ücret karşılığında bu işi yapabilecek sivillerden iki kişi tutup bu şekilde turumuzu yapabildik. Bu konularda mutlaka gereğinin yapılması gerektiğini düşünüyorum. Bu konuyla ilgili yatırımların gerek yerel yönetim, gerekse özel teşebbüsler tarafından yapılması şarttır.

S4) Kuşadası'nda sağlık turizminin tanıtımında sizce uygun strateji nedir?

C4) L.G.

Sağlık turizminin tanıtım stratejileri diğer turizm tanıtım faaliyetlerinden farklıdır. İki şekilde yapılmaktadır: Elimizdeki sağlık tesislerinin ilgili turizm fuarlarında tanıtımının yapılması gerekmektedir. Sağlık turizmine özgü tanıtım fuarları dünyanın birçok yerinde yapılmaktadır. Tabi bu tanıtımı yaparken şunu unutmamamız lazım. Sağlık turizmi

katılımcıları, gerek ameliyat, saç ekimi, diş tedavisi olsun gerekse termal turizm, yalnızca odak turistik faaliyetin bulunduğu bölgeleri tercih etmezler.

Sağlık turizmi katılımcılarının çok büyük bir bölümü bu faaliyete yalnız katılmıyorlar. O sebeple beklentileri ilgili süreci farklı çekim öğeleriyle destekleme amacı güdüyorlar. Hem kültürel, hem eğlence aktivitelerinden faydalanıyorlar. Bu yüzden sağlık turizm faaliyetleri tanıtım faaliyetleri yapılırken ilgili tesislerinin de yanı sıra bölgedeki diğer turistik çekim öğelerinin de tanıtımının yapılması gerekmektedir. Dolayısıyla iki koldan yürütülmesi gereken bir tanıtım söz konusudur.

Fuarlara katılanlar genelde sağlık turizmi katılımcıları değil, onları bu turizm faaliyetine yöneltecek olan kişiler, doktorlar veya acenteler bu fuarlara katılıyorlar. Bu tanıtım ilgili kişilere onların vasıtasıyla ulaşacağı için öncelikle ilgili kişilerin bu fuarlarda tatmin edici düzeyde bilgilendirilmesi lazımdır. Ardından katılımcılar kendi reklamlarını yapacaklardır. Sonrasında da sosyal medyanın tanıtım faaliyetlerini destekleyici nitelikte kullanılması gerekmektedir.

Tabi bir kez daha vurgulamak isterim ki öncelikli hedef sağlık turizmini yönlendirici kitleye ulaşmaktır ki bunun da en etkili yolu ilgili turizm fuarlarıdır. 2 sene önce Pamukkale’de bakanlığın 500bin dolar kadar bütçe ayırdığı Emin Çakmak Bey’in yürüttüğü dünyanın birçok yerinden doktor ve acentenin katılım sağladığı bir Health For You organizasyonuna katıldım.

Tek tek hastaneler ve bölgedeki antik şehirler gezildi bu ekiple ve Pamukkale bölgesine bu organizasyonun çok büyük düzeyde getirisi olduğunu düşünüyorum. Hem hastaneler, hem de oteller bu konuda geribildirim aldılar. Bunun Kuşadası’nda yapılabilmesi için önce akreditasyon ardından da ilgili tesislerin yeterli düzeye getirilmesi lazım.

O.K.

Bu gibi tanıtımların bireysel bazda çok etkili olmayacağı kanaatindeyim. Tanıtımların devletteki sağlık, turizm ve reklam konusunda uzmanlaşmış kadroların ortak çalışmalarıyla ortaya koyması gerektiği tanıtım faaliyetleri olması gerekmektedir. Bu da ülke politikasının bu yönde hareket etmesi anlamına gelmektedir. Sağlık bakanlığı ve Turizm Bakanlığı’nın ortak çalışması sonucu böyle bir eşgüdüm sağlanabilir.

Avrupa ülkelerinde bulunan engelli vatandaşlar için kurulmuş dernekler mevcuttur. İlgili tanıtım faaliyetinde bu derneklere yapılacak olan tanıtım turları tanıtım stratejilerinin başında düşünülmesi gereken bir husustur. Bu konuda ilk etapta yapacağımız hatta gerekirse

ücretsiz bir şekilde yapacağımız tanıtım turları ciddi düzeyde etki yaracaktır diye düşünüyorum. Devlet kanalıyla yapılacak bu turlar gerçek bir “ilk adım” olacaktır diye düşünmekteyim.

Diğer türlü kimsenin böyle bir hususta kendini riske etmek isteyeceğini düşünmüyorum. Neticede bu turizm türünü hâlihazırda uygulayan ülkeler varken siz ilgili tanıtımı yapmazsanız engelli turizmi katılımcılarının heyecan aramak amaçlı veya farklı nedenlerle sizi tercih etmek isteyeceğini düşünmüyorum. Sonuç olarak alternatifler mevcut.

M.K

Doğa, spor, kültürel turizmi gibi turizm türlerinin tanıtımında sosyal medyayı çok güçlü bir tanıtım aracı olarak kullanabiliyorsunuz ancak konu sağlık turizmi olunca işin içerisine çok büyük bir risk girmektedir. Bu nedenle devletin sağlık turizminin her alanında denetim ve koordinasyonunun içerisinde bulunması gerekmektedir. Kendinizi potansiyel sağlık turistinin yerine koyduğunuz takdirde güvenilirlik açısından da bunun bir tercih sebebi olduğunu gözlemleyebilirsiniz.

O sebeple tanıtım faaliyetlerinin de güven teşkil etmesi sebebiyle devlet kanalıyla yapılması gerektiğini düşünüyorum. Ben bir turistik faaliyete katılacağım zaman dahi tercih edeceğim bölgedeki deneyim paylaşımlarını inceliyorum. Sağlık bakanlığı ve turizm bakanlığı bu tanıtım faaliyetlerinde başrolü üstlenecek olursa şayet onların güvencesi altında bu faaliyetler gerçekleştirilecek olursa, daha geniş bir kitleye hitap edebileceğimizi düşünüyorum. Elbette en iyi tanıtım kulaktan kulağa yapılan reklamdır. Bu yüzden de gelen misafirlerin tatmin düzeyleri aynı zamanda bizim sonraki tanıtım faaliyetlerimizin en büyük kanadını oluşturacaktır.

S5) Bölgemizde sağlık turizmi yatırımı yapmak isteyen müşterilere tavsiyeleriniz nelerdir?

C5) L.G.

Bölgede yatırım yapmak isteyen müşterilere tavsiyem ellerini çabuk tutmalarıdır. Çünkü bu tarz yatırımlarda başı çekenler genelde pastadan en büyük payı alanlardır. Bölgenin konumunu incelediğimizde plajlar mevcuttur. Uzun dönem konaklama yapmak isteyecek potansiyel turistler için yazlık kiralık villalar mevcuttur. Bu da hem müşteriler, hem katılımcılar için alternatif konaklama seçeneği olarak düşünülebilir.

Zira sağlık turizmi katılımcılarının bazılarının konaklama süreleri diğer turizm türleriyle kıyasladığımızda daha uzun olduğunu söyleyebiliriz. Bölgede ulaşımın rahat olması yine müşterilerin göz önünde bulundurması gereken hususlardan biridir. Yine birçok destinasyona kıyasla iklim koşullarının bölgemizde elverişli olması ciddi bir farklılık yaratmaktadır. Bunun yanında çok başarılı doktorlarımız var. İlerleyen günlerde hem Türkiye’de hem bölgemizde ciddi gelişim beklenmektedir. Şayet yatırımcılar ellerini çabuk tutacak olurlarsa bu konuda çok ciddi gelir elde etmeleri beklenen bir sonuç olacaktır.

O.K.

Benim en başta önerim şu yönde, yurtdışında bu tarz uygulamaları daha önce tecrübe etmiş olan uzmanları bölgeye getirip, karşılıklı fikir alış verişinde bulunarak, yani sadece bizim gözümüzden değil onların gözüyle de analiz yaparak bir an evvel bölgedeki yatırımlarına başlamalarını tavsiye ediyorum.

Levent Bey’in bahsettiği konaklamalar için villaların dönüştürülmesi, değerlendirilmesi ve tanıtım faaliyetlerinin eklenmesi de çok önemli bir husustur. Yine sağlık hizmetlerinin veya kontrollerinin bu evlerde yapılması ciddi bir fark yaratacağı diye düşünüyorum.

M.K.

Bu konuda en güzel örneklerden bir tanesi Yalova bölgesidir. Kuşadası’na kıyasla tarihi, sosyal, doğal ve kültürel çeşitlilik konusunda bölgemiz kadar güçlü olmasa da termal konusunda bizden daha iyi bir konumda oldukları aşikâr. Tanıtımın sağlanması için alt yapı sorunlarının çözülmesi şarttır. Bizim en büyük şansımız tüm bunların yanı sıra daha önce de belirtildiği gibi iklim koşullarıdır. Şayet bunlara yönelik çalışmalar yapılırsa başarılı olunacaktır.

S6) Bugünü başlangıç noktası kabul edersek, önümüzdeki 10 yıl içerisinde Kuşadası’nı sağlık turizmi konusunda nerede görüyorsunuz?

C6) L.G.

Şuan ki girişimler görünürde yavaş yavaş sağlık turizmine yönelmek için kurumlar adımlar atmaya başladılar. Bunun en güzel örneği Adnan Menderes Üniversitesi’nin ilçemizde açmış olduğu yalnızca sağlık turizmine hizmet verecek olan dış sağlığı merkezini açmasıdır. Her ne kadar henüz akreditasyon problemi çözülememiş olsa da bu sorunun çözüldüğünü de var sayarsak, hali hazırda bu turizmi ilçemizde yapmakta olan dış tedavi



merkezleriyle beraber kaplıcaların olduğu Davutlar bölgesinin de rehabilitasyon merkezleriyle güçlendirilmesiyle senaryo çok hızlı bir şekilde değişebilir.

Bölgeye açılacak ortopedi ve fizik tedavi merkezleriyle birlikte Kuşadası bu sayede önümüzdeki on yıl içerisinde milyarlarca dolar para kazanabilecek düzeye gelebilir. Çünkü sağlık turizmi gerçekten milyar dolarlarla geliri ölçülen bir turizm çeşididir.

Burada bu potansiyele sahibiz, tabi bu potansiyelin hangi yatırımlarla değerlendirileceği önemlidir. Doğduğu andan başlayarak hastane akreditasyonları yapılır, ortopedi ve fizik tedavi merkezleri açılırsa Kuşadası turizmden bu zamana kadar elde edemediği düzeyde bir pay elde edebilir.

O.K.

Bu tamamen devletin sağlık turizmine bakış açısına göre değişir. Şayet devlet sağlık turizmini destekleyici adımlar atarsa her şey çok farklı olabilir. Devlet destek vermezse on sene sonra da burada sağlık turizminden söz etmek mümkün olmaz. Bu da elbette devletin bünyesinde bulundurduğu sağlık ve turizm konularının ikisine de sahip personelleriyle ilerleyebileceği bir yoldur. Şu an için bu konuda bir şey söylemek çok doğru olmazdır.

M.K

Bence de devlet desteği yol gösterici olmaktadır. Devlet ülkemizde maalesef bir yatırım kendini kanıtladıktan sonra desteğe geçiyor. Bu konuda bizim avantajımız ise belediyenin yeni yönetiminin konuya olan ilgisidir.

Yeni başkanımızla bu konuları konuşma şansı bulduk ve belirtmeliyim ki kendisi her konuda yatırıma karşı pozitif bir yaklaşım sergilemektedir. Bir adım attığınızda mutlaka size geri dönüş sağlıyor. Hükümetle paralel yapılacak çalışmalarla Kuşadası'nda sağlık turizmi ciddi bir ivme yakalayabilir.

S7) Siz bir müşteri olsanız, Kuşadası'nda hangi sağlık turizm türüne yatırım yapmak isterdiniz sebepleri nelerdir?

C7) L.G.

Rehabilitasyon merkezi açmayı düşünürdüm. Derin bir tıbbi bilgim olmamasına rağmen hastaların belirli durumlarda tamamlayıcı tedavi şartlarına ihtiyaç duyduklarını biliyorum. Doğal yaşam alanları, uygun iklim şartları ve elbette kendilerine moral verecek ortamlarda olmaları gereken durumlar söz konusu olabiliyor. Kuşadası'nın bu ihtiyaçların tümünü karşılayabilecek durumda olduğunu düşünüyorum.

Özellikle Davutlar bölgesinde orman içerisinde açılacak bir rehabilitasyon merkezi hem hastalar açısından hem bölge açısından hem ülke açısından kazançlı bir yatırım alanı olur diye düşünüyorum. Elbette termal suyla desteklenecek bir tesis olmalıdır.

Aynı zamanda bu tesislerin içerisinde estetik operasyonların yapılabildiği bir bölümü olması gerçekten önemlidir. Daha önce bölgede başarısız bir örneği olsa da şayet bu konuda bir marka değeri oluşturabilecek olursanız çok ciddi kazançlar sağlayabilirsiniz. Sağlık turizminde estetik kaygılar da en az sağlığı geri kazanmak meşakkatli ve masraflı konulardır.

O.K.

Ben diş sağlığı merkezi açmayı düşünürdüm. Sebebi ise somut getiri ve faydasının anında görünmesidir. Gelen kişilerin ağzında bulunan sorunların giderildiğini an be an görmesi ve hissetmesidir. Benim bir diğer çıkış noktam ise diş tedavilerinin ülkemize kıyasla yurt dışında ciddi düzeyde pahalı olduğunu biliyorum.

Her ne kadar ülkemizde de özellikle implantlar ithal ediliyor olsa da buna rağmen bölge, iklim ve fayda faktörüyle tercih sebebi olacağımızı düşünüyorum. Elbette lojistik açıdan bir eksiğimiz olmaması gerekmektedir. Bu da ciddi bir ekonomik güce sahip olmayı gerektirmektedir.

Tabi bu yatırımımın en önemli sebeplerinden bir tanesi de konuya hakim olmamdır. Zira benim kızım da diş hekimidir. O yüzden bilgi sahibi olarak fikir sahibi olduğumu beyan edebilirim.

M.K

Kesinlikle fizik tedavi ve rehabilitasyon merkezi açmayı düşünürdüm. Çünkü yakın çevremden bildiğim üzere operasyonlardan sonra doktorunuz size uygun yürüyüş rotaları belirliyor ve devamlı yüzmenizi öneriyor. Kuşadası bu potansiyele sahiptir. Şu an eksik olduğumuz konunun kapalı olimpik bir yüzme havuzu eksikliğidir. Bunlar tamamlanacak olduğu takdirde özellikle Güzelçamlı bölgemizde muazzam bir fizik tedavi ve rehabilitasyon merkezi açardım.

## 4. BULGULAR

### 4.1. Kuşadası İlçe Kaymakamı ile Yapılan Görüşmenin Değerlendirilmesi

Birinci soruda; katılımcı röportaja kendisini tanıtarak başlamıştır. Aile hayatı ve daha önce görev yaptığı yerlere ilişkin bilgileri paylaşmıştır.

İkinci soruda; kendisine yöneltilen soru dahilinde sağlık turizmini tanımlamaya turizmi tanımlayarak devam etmiştir. Sonraki kısımda sağlığın önemine dikkat çeken konuşmacı daha önceki görev yaptığı bölgelerden yola çıkarak sağlık turizmini tanımlamış ve sahip olduğumuz kurum ve yetkin doktorlarımıza dikkat çekmiştir.

Sağlık turizminin geleceğine yönelik pozitif yorumda bulunmuştur. Genelden Kuşadası ilçesi özeline inen yorumlamalar yapmıştır. Kuşadası'nı daha önce görev yaptığı bölgelerdeki sağlık turizmi faaliyeti yönünden kıyaslamayla eleştirmiş ve Kuşadası'nın sağlık turizm potansiyelini vurgulamıştır.

İkinci sorunun üçüncü paragrafında Kuşadası ilçesinin sahip olduğu termal kaynaklar ve yatak kapasitesini göz önünde bulundurarak termal turizm vurgusu yaptığı gözlemlenmiştir.

Katılımcı devam eden paragrafta meslekte yeterlilik, kalifiye eleman sorunları ve liyakat konusuna vurgu yapmıştır. Elimizde uygun malzemenin bulunduğunu, uygun şekilde ve ustalıkla bu malzemeyi hazırlarsak ortaya çok güzel bir turistik ürün çıkabileceğini belirtmiştir.

Sonrasında gelen paragrafta tanıtım faaliyetlerimizin yetersizliği, var olanlarında amaçlarına uygun işlevsel tanıtımlar olmadığı vurgusu yapılmıştır. Katılımcı; yapılan tanıtımlarda, genel turizm veya sağlık turizmi tanıtımları yerine daha özel “niş” tanıtım planları hazırlayarak, daha spesifik tanıtımlar oluşturmanın gerekliliğinden bahsetmiştir.

Altıncı paragrafta katılımcı yatırımcıların eleştirel bakış açılarını öz eleştiriyle değiştirmeleri gerekliliği vurgulanmıştır. Bu hususta yatırımcıların, devlette dahil olmak üzere bir şeyler beklemekten çok harekete geçen taraf olması gerektiğini belirtmiştir. Ayrıca bir başka vurgu da kaliteli hizmetin ekstrasından tanıtım masraflarına gerek duymaksızın kendi reklamını da yapabileceği yönündedir. Bu yüzden üretilen mal ve hizmetin kalitesinden

emin olunması gerekliliğini belirtmiştir. Son paragrafta ise bilgiye ulaşmanın teknoloji sayesinde her geçen gün daha da kolaylaştığı bu sebeple tüketiciyi aldatmak gibi bir durumun söz konusu olmadığı vurgusu yapılmıştır.

Üçüncü soruda; katılımcıdan ilgili soru gereği daha önce görev yaptıkları kentlere Kuşadası sağlık turizminin eksi ve artı yönlerini kıyaslaması istenmiştir. Katılımcı daha çok olumlu yönleriyle Kuşadası'nın potansiyeline vurgu yapmıştır. Özellikle ulaşımında trafik problemi olmamasının öneminden bahsetmiştir. Lakin olumsuz olarakta İzmir havalimanı yurt dışı uçuşlarının İstanbul'a nazaran yetersiz olduğu bunda Kuşadası açısından olumsuz bir faktör olduğunu belirtmiştir.

Dördüncü soruda; katılımcı termal turizm konusundan Kuşadası'nın yeterince yararlanmadığını belirtmiştir. Var olan zengin termal kaynakların, bugünkünden çok daha verimli kullanılması gerekliliği vurgulanmıştır. Devamında ise kamu ve özel sektörün birlikte çalışarak var olan tesislerin de termal suyla buluşturulması gerekliliğinden bahsetmiştir. Kuşadası'nın turizm konusunda Türkiye'nin en köklü merkezlerinden birisi olduğunu belirtmiştir.

Mevcut tesis sayısının yetersizliğinden bahsederek, yeni tesislerin kurulması ve ürün çeşitlendirmesinin sağlanmasının gerekliliğini belirtmiştir. Katılımcı; tesis sahipleri, TÜRSAB ve ATRO'nun var olan potansiyelin tanıtımını sağlaması gerektiğini belirtmiştir.

Bu sayede ilk etapta var olan potansiyelin tam kapasiteyle kullanımının sağlanabileceğini ifade etmiştir. Katılımcı konuşmasının devamında ise alt yapı yeterliliklerinden bahsederek termal suyun ısı kaybına uğramadan tesislere ulaştığını bildirmiştir.

Katılımcı, bu hususta yerel yönetici olarak konuyla ilgili STK, yöneticiler ve sektör bileşenleriyle birlikte şartların uygunlaştığı bir dönemde hareket planı belirlemek amacıyla bir toplantı düzenleyeceğini bildirmiştir.

Beşinci soruda; katılımcı ürün ve hizmet kalitesinin artırılması gerekliliğini bildirerek, müşterilerin yurt dışında sağlık turizmi yapan acente ve yetkililerin bilgilendirilmesi amacıyla bölgemizde ağırlanarak var olan tesis ve hizmetlerin kalitelerinin doğrudan ilgililere aktarılması gerekliliğine dikkat çekmiştir. Müştekilerin daha cesur davranmaları gerektiğini belirtmiştir. Elbette devletin de yardımlarda bulunabileceğini fakat yatırımcıların bu işten asıl kar sağlayacak kesim olması sebebiyle daha cüretkar davranması gerekliliğini bildirmiştir.

Katılımcı, bölge turizminin önde gelen unsurları ATRO ve TÜRSAB'ın üye ve yöneticilerinin çoğunun ilçemizde ikamet etmesi sebebiyle potansiyel tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin gücüne dikkat çekmiştir.

Sağlık turizminin getirisi yalnızca yapıldığı işletmeyle sınırlı olmadığı için konuyla alakalı katkı sağlayabilecek her kurum ve kuruluşun yapılacak her işlemde üzerine düşen görevleri yerine getirmesi gerekliliği belirtilmiştir. Katılımcı yine daha önce görev yaptığı Havza ilçesindeki çalışmalara dikkat çekerek Kuşadası'nın avantajlarını ortaya çıkarmıştır.

Altıncı soruda; katılımcı kendisine yöneltilen sorudan bir müşteri konumunda olması durumunda sağlık turizmi üzerine yatırım yapmayı düşünceğini belirtmiştir. İstanbul Beşiktaş ilçesinde görev yaptığı dönemki tecrübelerine istinaden buradaki uygulamaların akredite tesislerle başarılı bir şekilde yönetilebileceğini ve elimizde bulunan tesis ve hekimlerimizle beraber başarılı işlere imza atılabileceğini belirtmiştir.

Cerrahi, termal kür, dental turizm ve fizyoterapi konusunda Avrupa standartlarında hizmet verebilecek kalitemiz olduğu bu hususta yatırımların gerekliliği vurgusu yapılmıştır.

Katılımcı daha önce görev yaptığı İzmir Karşıyaka ilçesinden örnek vererek, turizm politikalarının devlet politikalarıyla doğrudan ilişkili olduğunu belirtmiştir. Ülkemiz adına belirli dönemlerde yürütülen güvenlik üzerine yapılan olumsuz imaj yaratma amaçlı algı operasyonlarının turizmimize olumsuz etkileri olduğuna dikkat çekilmiştir.

Sağlık turizminde ülkelerin kendilerine partner olacak ülkeleri belirlediği ve bunun genelde ekonomik ve siyasi güç açısından daha üstün ülkeler ve zayıf ülkeler arasında yapıldığını, ülkemizin ise “seçilen” bir ülke olamayacak kadar güçlü bir yapıya sahip olmasının da sağlık turizmi konusunda bizi zora sokan etkenlerden birisi olduğunu belirtmiştir.

Katılımcı son bölümde ise sağlık turizmi yapmak isteyen diğer ülkelerle kıyaslandığında ülkemizin işinin rakiplerine nazaran, uluslararası siyasi konjonktür sebebiyle daha güç olduğunu bu sebeple uluslar arası politikalarda daha dikkatli olunması gerektiğini aktarmıştır. Belirli konularda şikayetçi olmak yerine farklılıklarımızı zenginliğimiz olarak görüp, var olan senaryoyu değiştirip ülkemize bu potansiyeli çekmemizin ulusal menfaatlerimiz için gerekliliğini belirtmiştir.

Yedinci soruda; katılımcı bölgenin sahip olduğu, doğal, tarihi ve kültürel çekim öğelerine dikkat çekerek yatırım amaçlı bölgeyi tercih edebilecek müşterilerin bu değerleri göz ardı etmemesi gerektiğini belirtmiştir.

Bu yatırımcılara ilgili konularda yatırım düşünceleri durumunda bir yönetici olarak gereken desteklerin ve kolaylaştırmaların sağlanacağı bilgisi verilmiştir. Şehrin yatırımcı ve misafirler için daha cazip bir hal alabilmesi adına belirli periyotlarla belediye başkanıyla beraber koordinasyon çalışmalarının yapıldığını aktarmıştır.

Katılımcının bu paragrafta olası müşterilerin dikkat etmesi için bir başka vurgu yaptığı husus ise her koşulda önceliğin kamu menfaati olmasıdır. Bu konunun eğitim kurumları ve medya yoluyla bütün vatandaşlara anlatılması, benimsetilmesi gereken bir ödev olduğunu belirtmiştir. Devamında ise turizmin amaçlarına dikkat çeken katılımcı sunulması gereken hizmetin katılımcı üzerinde ona farklı hissettirecek etkiler olması gerektiğine değinmiştir.

Katılımcı sözlerini turistik çeşitliliğin artması ve bunlara ulaşımın daha kolay olması bu sebeple sunulan hizmette fark yaratılması gerekliliğiyle tamamlayarak ortak akılla ödev ve sorumluluklarımızı yerine getirerek, yönetim ve denetim unsurlarının koordinasyonlu çalışması sonucunda bunu başarabileceğimizi belirtmiştir.

#### **4.2. Kuşadası Belediye Başkan Yardımcısı ile Yapılan Görüşme Değerlendirilmesi**

Birinci soruda; katılımcı röportaja kendisini tanıtarak başlamıştır. Eğitim hayatı ve daha önce görev yaptığı yerlere ilişkin bilgileri paylaşmıştır.

İkinci soruda; katılımcı kendisine yöneltilen soruya Kuşadası'nda termal turizme henüz başlanmadığı, suni termal turizmin bir sağlık turizmi bileşeni olamayacağını belirterek başlamıştır ve Kuşadası'nın bu hususta ciddi bir potansiyeli olduğunu vurgulamıştır.

Üçüncü soruda; katılımcı termal turizmden faydalanılamamasının sebebinin yatırımcıların mesafeli duruşundan ötürü olduğunu bildirmiştir. Kuşadası belediyesinin, 2008 yılında, yap-işlet-devret modeliyle kurmuş olduğu Natür-Med otelle başlatılmak istenen termal turizmi geliştirme faaliyetlerinin müşterilerin ekonomik ve bilgiye yetersizlikleri nedeniyle istenilen seviyeye gelemediğini belirtmiştir.

Yine aynı amaç doğrultusunda 2012 yılında MTA'nın Davutlar bölgesinde çok ciddi bir bedel ödenerek satın alınan 2 termal kuyusunun da yalnızca bir işletme tarafından aktif şekilde kullanıldığını, yatırımcıların bu konuda mesafeli duruşlarını sürdürdüklerini

belirtmiştir. Bölgede termal işletme kabul edilebilecek 4 tesis olduğunu ve bunların 3'ünün kendilerine ait kuyularının bulunduğu ve birinin de belediyeye ait kuyudan faydalandığını aktarmıştır.

Katılımcı, bu yatırımların bölgede bulunan 12 otelin 12 ay boyunca açık kalacak termal otellere dönüşmesinin sağlanması olduğunu fakat maliyetler sebebiyle ne yazık ki diğer işletmelerin bu projeye katılmadığını bildirmiştir.

Kendisi termal otelde Afyon'da uygulanan AFJET termal turizm modelinin bölgemizde uygulanabilirliğini vurgulamış ve yerel yönetim olarak müşterilere ilgili desteklerin sağlanacağını bildirmiştir.

Bunun yanı sıra çevremizde bulunan diğer termal turizm merkezlerine nazaran bölgemizin tamamlayıcı; doğal, tarihi ve kültürel, turistik çekim unsurları sebebiyle termal turizm potansiyelinin daha yüksek olduğunu belirtmiştir.

Dördüncü soruda; katılımcı, geriatri ve engelli turizminin ekonomik getirileri açısından en çok gelir getiren turizm türleri olduğunu belirtmiştir. Bölgemizdeki turizm tesislerinin bu konuda alt yapılarının yetersiz olduğunu ve Avrupa'daki başarılı örnekler göz önüne alınarak ülkedeki tüm turizm tesislerinin yaşlı ve engelli turizmi yapabilecek alt yapıyı oluşturmasının zorunlu olması gerekliliğini vurgulamıştır.

Beşinci soruda; katılımcı, termal suyun ilgili tesislere ulaştırılmasında belediye olarak herhangi bir sorunla karşılaşmadıklarını, başvuru sürecinde müşterilere mümkün olan her kolaylığın sağlandığını, müşterilerin katılım ücretini ödedikten sonra rahatlıkla işletmelerine termal suyu alabileceklerini belirtmiştir.

Altıncı soruda; katılımcı Kuşadası'nın turizm açısından yeterli düzeyde yatak kapasitesi olduğunu sağlık turizmi içinde ihtiyaç halinde termal konsepte geçmeye hazır 12 adet otel bulunduğunu belirtmiştir.

Yedinci soruda; katılımcı tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinde Avrupa standartlarının gidilip yerinde görülerek ülkemizde uygulanması gerektiğini aktarmıştır. Termal turizmin tamamlayıcı tedavi türü olarak sağlık bakanlığı politikalarına dahil edilmesini ve bu tedavilerin bir kısmının devlet tarafından sosyal güvenceyle karşılanması gerektiğini ifade etmiştir. Katılımcı, gerekli akreditasyonlar sağlanıp, hizmet kalitesi olması gerektiği gibi yükseltirse, ekstra bir maliyet oluşturmaksızın, sağlık turizminin, kulaktan kulağa pazarlama yöntemiyle, kendi kendini pazarlayan bir turizm çeşidine dönebileceğini aktarmıştır.

Sekizinci soruda; katılımcı şayet bir müteşebbis olsa Kuşadası'nda termal turizm üzerine bir yatırım yapmayı düşünceğini belirtmiştir. Bölgemizde termal turizm adına tüm alt yapının mevcut olduğuna aynı zamanda termal turizmin kendi başına bir turizm çeşidi olduğunun kabul edilmesi gerektiğine dikkat çekmiş, termal turizmin “alternatif turizm çeşidi” olarak adlandırılmasının doğru olmayacağını vurgusunu yapmıştır.

Dokuzuncu soruda; katılımcı müteşebbislere yatırımlarını doğru destinasyonlara yapmalarını salık vermiş, onları sağlık turizmi hakkında daha yoğun bilgi edinmeye ve yatırımları hususunda daha cesur davranmaya davet etmiştir.

Onuncu soruda; katılımcı yatırımcıların ilgili bölgelerde yatırımlar yaparak yeni kuyuların açılmasını sağlayacak olursa bölgenin çok başarılı bir termal turizm merkezi olacağını belirtmiştir. Önceki dönemde de belediye başkan yardımcısı olarak görev yaptığı Kuşadası'nda termal turizm Afyon modelini örnek aldıklarını belirten katılımcı, Kuşadası'nın önümüzdeki süreçte Afyon'dan dahi başarılı bir termal turizm merkezine dönüşebileceğini belirtmiştir.

### **4.3. Odak Grup Görüşmesi Sonucunda Elde Edilen Veriler**

Çalışmanın bu bölümünde, katılımcılardan elde edilen ses kayıtları ve tutulan notlarla ortaya çıkarılan verilerin içerdiği bulgular yer almaktadır. Araştırmacılar yorumları sonucunda, tema başlıklarını ve alt değişkenleri incelemişlerdir. İnceleme sırasında olası hatanın önüne geçebilmek için aynı alanda lisans düzeyinde eğitim görmüş bir asistan yardımı alınmıştır.

Analiz esnasında ses kayıtları titizlikle incelenmiş ve dikte programlarından yardım alınmamıştır. Olası hatanın önüne geçebilmek adına dikte programı kullanılması tarafınca tercih edilmemiş ve asistan yardımıyla yapılan deşifrelerin denetimi sağlanmıştır.

Yine olası teknolojik donanım kaynaklı hataları önlemek için bir adet ses kayıt özelliği olan cep telefonu ve bir adet profesyonel kamera kullanılmıştır.

Elde edilen başlıklar ve alt başlıklar tablo haline getirilmiştir. Oluşturulan tablolarda saptanan değişkenlerin yarattıkları etkiler ve bu etkilerin sıklıkları incelenmiştir. Belirlenen temalar yedi ana başlık altında toplanmıştır. Bu başlıklar;



Tanıtım Faaliyetleri Sorunları (Yurtiçi ve yurtdışı tanıtımlarda olan yetersizlik veya tanıtım yöntemlerinde yapılan hatalar)

Maddi Güçlükler (Yapılması Planlanan Yatırımların Maliyetleri)

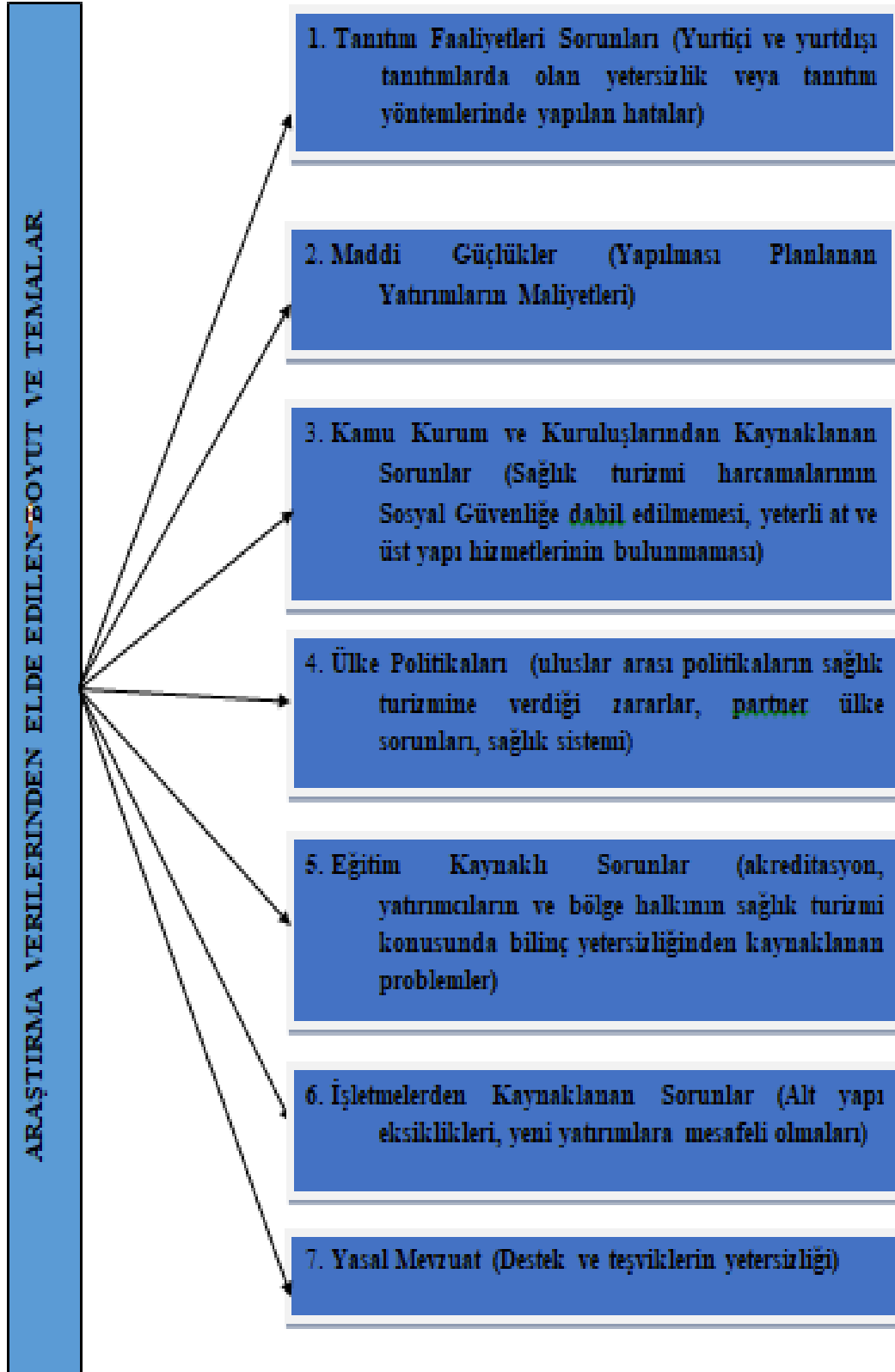
Kamu Kurum ve Kuruluşlarından Kaynaklanan Sorunlar (Sağlık turizmi harcamalarının Sosyal Güvenliğe dahil edilmemesi, yeterli alt ve üst yapı hizmetlerinin bulunmaması)

Ülke Politikaları (uluslar arası politikaların sağlık turizmine verdiği zararlar, partner ülke sorunları)

Eğitimden Kaynaklı Sorunlar (yatırımcıların ve bölge halkının sağlık turizmi konusunda bilinç yetersizliğinden kaynaklanan problemler)

İşletmelerden Kaynaklanan Sorunlar (Alt yapı eksiklikleri, yeni yatırımlara mesafeli olmaları)

Yasal Mevzuat (Destek ve teşviklerin yetersizliği) şeklindedir.



Şekil 8. Araştırma Verilerinin Tema ve Boyutları

Katılımcıların belirlediği değişkenlere göre oluşturulan temalar, yine araştırmacıların örnekleriyle birlikte tablo şekline dönüştürülmüş olarak Şekil 8'e aktarılmıştır. Şekilde yinelenen frekanslar tablonun en sağında belirtilmektedir. Frekansın rakamının yüksek olması katılımcılar tarafından konunun üzerinde yoğunlaştığını göstermektedir.

**Tablo 14.** Ülkemizde Sağlık Turizminin Gelişimini Olumsuz Yönde Etkileyen Sebepler

Karşılaşılan Sorun	Sorunun Etkileri	Frekans
TFS	Tanıtım faaliyetlerinin eksikliği ve hatalı tanıtım faaliyetleri sebebiyle karşılaşılan sorunlar sağlık turizm faaliyetlerinin gelişimini olumsuz etkilemektedir.	8
MG	Sağlık turizm faaliyeti alt yapısının işletmeler için ciddi maliyetler doğurması yatırımcıların bu konuda çekimser kalmalarına neden olmaktadır	2
KKKS	Kültür ve turizm bakanlığı ve sağlık bakanlığının sağlık turizminde teşviklerinin yetersiz kalması, akreditasyon konusunda yeterli denetimin yapılmaması, şehir ve bölgelerde yaşlı ve engelli vatandaşların kullanımına uygun alt yapının olmaması sağlık turizm faaliyetlerinin istenilen seviyeye ulaşamamasında bir etkidir.	13
ÜP	Uluslararası politikalarda olası sert söylemler, sağlık turizminde partner ülkelerle sağlık turizmi üzerine uluslararası anlaşmalar yapılmaması sebebiyle sektörden istenilen gelir elde edilememektedir.	7
İŞK	Sağlık turizm tesislerinin engelli ve yaşlı turizmine hitap edebilecek alt yapıyı sağlamaması ve çeşitli sebeplerle yeni yatırımlara karşı mesafeli olmaları, turistik ürün çeşitlendirmesi konusunda yetersiz olmaları sağlık turizminin gelişimine zarar vermektedir.	11
YM	Yasal mevzuatta sağlık turizmini teşvik amacıyla sağlık turizminin tamamlayıcı bir sağlık hizmeti olarak görülüp, sağlık turizmi harcamalarının bir bölümünün sosyal güvenlik tarafından karşılanması konusunda bir yasal mevzuatın bulunmaması sağlık turizmi katılımcılarını olumsuz etkilemektedir.	4
EKS	Sağlık turizminin ekonomik ve sosyal getirilerinin farkındalığının halk ve işletmeler tarafından yeterli düzeyde kavranamamış olması ülke sağlık turizmini olumsuz yönde etkilemektedir.	11

Tablo 20'de görüldüğü üzere katılımcıların en çok üzerine yoğunlaştığı konuların başında kamu kurum ve kuruluşlarının teşvikler, akreditasyon ve şehir planlamaları konusunda yetersiz kalmasının ortaya çıkardığı sorunlar bulunmaktadır.

Katılımcıların ikinci ve üçüncü olarak sağlık turizmini olumsuz açıdan en çok etkilediğini düşündüğü konular ise işletme kaynaklı sorunlar ve eğitim kaynaklı sorunlardır. İşletmelerin özellikle tesis alt yapılarını sağlık turizmine uygun standartlara göre yeniden yapılandırmaları gerekliliğine dikkat çeken katılımcılar, yeni yatırımlar konusunda da çekimser tavrın sağlık turizminin gelişimini olumsuz etkilediğini düşünmektedir.

Katılımcılar sağlık turizmi eğitimi konusunda kamu kurum ve kuruluşlarının yetersiz olduğunu düşünmektedirler. Özellikle ülkesel ve bölgesel olarak sağlık turizminin halka ve işletmelere sosyal ve ekonomik açıdan önemiyetinin anlatılması gerektiğini belirtmektedir.

Tüm katılımcıların en çok üzerinde durduğu bir başka husus ise sağlık turizminde yapılan eksik veya yanlış tanıtım faaliyetleridir. Bu konuda katılımcılar özellikle yurtdışında yapılmakta olan sağlık turizmi fuarlarında katılımcıların yalnızca sağlık alanında uzman olan kimseler değil, ülkenin coğrafi, doğal, kültürel, tarihi turistik çekim unsurlarına da hakim olan eğitilmiş görevliler tarafından yapılması gerektiğine inanmaktadırlar.

Yine katılımcıların ortak görüşlerinden bir diğer hususta yeterli hizmet kalitesinin kulaktan kulağa pazarlama stratejisiyle etki yaratacağı yönündedir. Ayrıca katılımcılar sağlık turizminde olası bir kötü imajın da etkilerinin ciddi düzeyde olumsuz bir etki bırakacağını belirtmişlerdir.

Katılımcıların çoğunun birden çok kez vurguladığı bir diğer hususta uluslararası duruş ve söylemlerin sağlık turizmini olumsuz etkilediği konusudur. Ayrıca sağlık turizminde yeterli faydanın sağlanabilmesi için olası partner ülkelerle ilgili protokoller imzalanarak anlaşmaların yapılması gerekmektedir düşüncesi belirtilmiştir.

Katılımcılar yasal mevzuatın sosyal güvenliğin sağlık turizmi harcamalarının bir bölümünü tamamlayıcı sağlık hizmeti kapsamında karşılaması gerektiğini ifade etmişlerdir. Yine akreditasyon ve sağlık turizmi alt yapısı konusunda da mevzuatın düzenlenmesi gerektiğini belirtmişlerdir.

Son olarak katılımcılar sağlık turizmi yatırımlarının maliyetlerinin yüksek olması sebebiyle müşterilerin yeni yatırımlar konusunda mesafeli duruşunu vurgulamışlar, çözüm önerisi olaraktan kültür ve turizm bakanlığı tarafından vergi indirimi, teşvik ve desteklerin sağlanması gerektiğini belirtmişlerdir.

## 5. TARTIŞMA

Türkiye'nin sağlık politikaları incelendiğinde dünyanın birçok ülkesinden çok daha başarılı bir sağlık sistemine sahip olduğu görülmektedir. Sağlık turizmi harcamalarının belirli kısmının sosyal güvenlik tarafından karşılanması ciddi maliyetleri olan bir husustur. Bu konuda atılacak adımların planlama aşamasında dikkatli olunması gerekmektedir.

Yeni bir yatırım yapmak içerisinde riskler barındıran bir konudur. Bu yüzden sağlık turizmi yatırımlarının, olası olumsuz koşullarda şirket bütçeleri ciddi düzeyde etkilenmeyecek büyüklükteki kuruluşların öncülüğünde geliştirilmesi gerekmektedir. Kuşadası ölçeğinde sağlık turizmi tesisine sahip olan işletmelerin eksik oldukları konularda öz eleştiri yapmaları ve özellikle tanıtım ve pazarlama faaliyetleri konusunda uluslararası konjektürü takip etmeleri gerekmektedir.

Yalnızca sağlık turizmi değil, turizmin her bir alanı uluslararası politikalarından etkilenmektedir. Bu yönüyle sağlık turizmini diğer turizm türlerinden ayırmak mümkün olmayabilir. Bunun yanı sıra Akdeniz çanağında rakibimiz olan ülkelerin uluslararası lobicilik faaliyetlerinde siyasi ve kültürel ortaklıklarının kendilerine avantaj, ülkemize ise dezavantaj olarak yansıdığı gözlemlenebilmektedir. Bu konuda bir ortaklık anlaşması tek taraflı bir beklenti veya adımla çözümlenebilecek kadar basit değildir.

Ülkenin jeopolitik konumu sebebiyle tarih boyunca bu bölgede sorunlar ne yazık ki süre gelmiştir ve devam edecektir. Bu yüzden sağlık turizmi konusunda başarılı olmak isteyen yatırımcıların bu gerçekle yüzleşerek her şeyin yoluna girmesini beklemek yerine her şeyin yoluna girmesine öncülük etmeleri gerekmektedir. Dünyaca ünlü bir yazarında söylemiş olduğu gibi, “En kötü karar, kararsızlıktan iyidir”.

Bulgular sonucunda termal turizm üzerine yönelim gerekliliği ağır basmaktadır. Buna rağmen yalnızca iki katılımcı sağlık turizmi amacıyla kurulan Adnan Menderes Üniversitesi dış sağlığı merkezinden bahsetmiştir. Bu durum hem farkındalığı göstermesi açısından güzel bir örnektir hem de dış sağlığı merkezinin tanıtım konusunda yaşadığı zafiyetin bir göstergesi olarak düşünülebilir.

## 6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Yapılan araştırmanın sonuçlarına göre sağlık turizminin dünya genelinde ileri düzeyde ekonomik getirisi olan bir turizm çeşidi olduğu saptanmıştır. Özellikle gelişmiş ülkelerin yaşlı nüfusunun yüksek olması sebebiyle hastalarına sağlık hizmetleri sunmakta yaşadığı ve yaşayacağı güçlükler ilerleyen yıllarda da sektörün giderek yükselen bir trende dönüşebilecek olduğunu göstermektedir.

Ülke çapında sağlık turizminin tanıtım ve denetiminde yaşanan bazı sorunlar çalışmayla ortaya çıkarılmıştır. Özellikle ülkelerin medikal turizm endekslerine bakıldığında ülkenin 30. sırada bulunuyor olması sağlık turizmi konusunda ülke olarak istenilen seviyeden uzak olduğunu göstermektedir. Bu yüzden ilgili yasal tedbirler alınmalı, uygun pazarlama ve tanıtım faaliyetleri belirlenerek bir an önce uygulamaya koyulmalıdır.

Yine çalışmanın hipotezlerinin ilgili literatür taramasında görüldüğü ve görüşmelerle de tasdiklendiği üzere Kuşadası gerek iklim koşulları gerekse sahip olduğu diğer tamamlayıcı turistik çekim unsurlarıyla ileri derecede sağlık turizm merkezi olma potansiyeli olan bir ilçedir.

Özellikle termal turizm konusundaki veriler, bize yapılacak yatırımlarla bölgede turizmin mevsimsellik özelliğini ortadan kaldıracak güçte olduğunu göstermektedir. Belediye Başkan Yardımcısının da belirttiği üzere bölgede sağlam temelleri olan termal kaynak mevcuttur. Bu konuda bir an önce ilgili yatırımlar ve tanıtım faaliyetlerinin yapılmasının bölgeyi bir termal turizm merkezine dönüştürmesi içten bile değildir.

Sağlık turizminin bölgedeki gelişimini artırmak adına Kuşadası Ağız ve Diş Sağlığı merkezinin ilgili gereksinimlerini tamamlayarak, bir an önce faaliyete geçirilmesi gerekmektedir. Bu konuda yapılacak çalışmaların Sağlık Bakanlığı ile Kültür ve Turizm Bakanlığı denetiminde, Adnan Menderes Üniversitesi gözetiminde yürütülmesi ülke sağlık turizmi imajı açısından önem arz etmektedir.

Ayrıca sağlık turizmi eğitimi konusunda ülke genelinde konunun önemini idrak edilebilmesi için bilimsel araştırmalar doğrultusunda bilgilendirme toplantıları düzenlenmeli ve toplantı sonrasında gerekli görev dağılımlarının yapılmasıyla sağlık turizminin gelişimi desteklenmelidir.

Bir diğerk önemli husus ise, hem Kuşadası özelinde hem ülke genelinde tüm turistik destinasyonların engelli ve yaşlı turizmde kullanılabilir alt yapılarının oluşturulması gerekmektedir.

Sağlığın geri kazanımı, sağlığın korunması, yaşam kalitesinin artırılması ve estetik kaygıların tümünün bir bileşeni olduğu sağlık turizmi aynı zamanda ülke sağlık hizmetlerinin de gelişimine katkı sağlamaktadır. Tarihten bu güne birçok medeniyete sağlık hizmeti sunmuş olan ülkemizin önümüzdeki yıllarda da bunu var olan değerleriyle birleştirerek dünyada olması gerektiği gibi bir sağlık turizmi markasına dönüşmelidir. Hem sahip olduğu kaynaklar, hem işinde uzman bilim insanları, hem hizmet kalitesi açısından Türkiye'nin bir sağlık turizm markası olmaması bu konuda ivedilikle önlemler alınması gerekliliğinin en açık göstergesidir.

Dünya genelinde yaşanan Covid-19 virüsüyle mücadelede sağlık sistemi ve çalışanlarıyla örnek bir imaj yakalayan ülkenin sağlık turizminin geleceğinde de çok önemli bir noktada olması beklenmektedir.

Sağlık turizmi konusunda yine rakamları incelediğimizde, ülke turizmde ciddi kayıplar yaşadığımız 2016 senesinde bile önemli bir azalma görülmemektedir. Buradan yola çıkarak, sağlık turizminin diğer turizm türlerine göre daha az kırılabilir bir yapısı olduğu söylenebilir. İçerisinde bulunduğumuz coğrafya gereği sağlık turizminin dirençli yapısı sağlık turizmüne verilmesi gereken önemi bizlere sunmaktadır.

İncelenen tablolarda görülen medikal turizmde ülkelerarası fiyat karşılaştırması ve aktarılan New York ve İstanbul arasındaki bypass ameliyatı fiyat farkı göstermektedir ki sağlık turizm hareketlerinin en önemli nedeni kabul edilen ekonomik etkiler yönünden ülkemiz dünyanın birçok ülkesine nazaran çok daha uygundur.

Çalışmanın başında sunulmuş olan Kuşadası bölgesinin de gerek termal kaynak ve tesis yeterliliği, gerek sahip olduğu diğer doğal, tarihi ve kültürel öğeler Kuşadası'nın sağlık turizm merkezi olabilme potansiyelinin çok yüksek olduğu görülmüştür. Ortaya çıkarılan sorunların çözümü halinde Kuşadası'nın yakın bir tarihte termal ve dental turizm açısından önemli bir konuma gelmesi beklenmektedir.

Son söz olarak Türkiye Cumhuriyeti'nin kurucusu Gazi Mustafa Kemal Atatürk'ün "Beni Türk hekimlerine emanet ediniz!" sözünün günümüzde daha anlamlı bir hal aldığı açıkça görülmektedir.

## KAYNAKLAR

- Aboubakar MA, İlhan M.** Impact of online WOM on destination trust and intention to travel: A medical tourism perspective. *Journal of Destination Marketing & Management*, Eastern Mediterranean University, Faculty of Business and Economic, Mersin, 2015, 10.
- Akça Y.** Türkiye'nin Kalkınma Planlarında Turizm Politikası. *International Conference On Eurasian Economies. 5D: Turizm*. Kaposvar-Hungary, 2016, 724.
- Akgül O.** Turistik Ürün Çeşitlendirmesi Kapsamında Kültür Turizmi, Aphrodisias – Geyre Örneği. Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın, 2003, s 5-8.
- Akın M.** İç Sağlık Turizminde Hastane Tercihini Etkileyen Faktörler Üzerine Araştırma: İstanbul Örneği. Yüksek Lisans Tezi, Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2016.
- Aksu C, Aktuğ E.** Güney Ege Bölgesi'nde Termal Turizm Araştırması. Güney Ege Kalkınma Ajansı, 2011, s 20-21.
- Alkan C.** Doğal ve kültürel varlıklara dayalı turistik ürün çeşitlendirmesi ve sürdürülebilirliği literatür çalışması. *Asos Dergisi*, 2015, 19, s 216.
- Altındağ M.** Nitel Araştırma Teknikleri. Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 2005.
- Angelkova T, Koteski C, Jakovlev Z, Mitrevska E,** Sustainability and Competitiveness of Tourism”, *Social and Behavioral Sciences*, 2012, 44, s 221-227.
- Arsezen OP ve Yüzbaşıoğlu N.** Medikal Turizm Kümesinin Gelişimi: Antalya Örneği. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, s 168, 13(1), 2015 Balıkesir.
- Asadi R.** Strategies for Development of Iran Health Tourism, *European Journal of Social Sciences*, Baku-Azerbaijan, 2011, 23(3) .
- Aslan S. ve Erdem R.** Hastanelerin Tarihsel Gelişimi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, s 15, 2017, Isparta.
- Atay H.** Duygusal Oryantasyon Süreci Kuşadası'nda Bulunan A Grubu Seyahat Acentaları Üzerine Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın, 2011.



- Atay H, Çolakoğlu Ü.** İşe Oryantasyon Sürecinde Yaşanan Sorunlar: Kuşadası A Grubu Seyahat Acentaları Örneği. Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi, 2019, 14(52), s 407-408.
- Aydoğdu ALF.** Türkiye ve Brezilya’da Sağlık Turizmi: Bir Karşılaştırma. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2016.
- Azimi R, Mahmoudi G, Esmaili HA.** Study of The Effect of Advertising on Attracting Medical Tourism, International Journal of Travel Medicine and Global Health, 2017, 5(3), s 89-93.
- Bahar O, Kozak M.** Uluslararası Rekabet Gücünün Tanımı ve Kapsamı. Uluslararası Turizm ve Rekabet Edebilirlik, Ankara: Detay Yayıncılık, 2005, s 33-37.
- T.C. Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı.** Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1985– 1989) . Ankara, 1984, 120.
- T.C. Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı.** Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1990– 1994) . Ankara, 1984, 2174, s 281-282.
- Başkale, H.** Nitel Araştırmalarda Geçerlik, Güvenirlik ve Örneklem Büyüklüğü: Dokuz Eylül Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Elektronik Dergisi, 2016, 9(1), s 23-28.
- Baytok A.** Türkiye’de Turistik Ürün Çeşitlendirme Stratejisi Kapsamında Kongre Turizminin Geliştirilmesi. Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 1998.
- Berg BL, Lune H.** Qualitative Research Methods for The Social Scienes. Çev. Asım Arı, 9. Baskı, Eğitim Yayınevi, Konya, 2019, s. 113-117
- Birinci S, Kaymaz Ç, Camcı A.** Göbekli Tepe’nin Arkeolojik Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2018, 22(3), s 1351-1367.
- Budak Ç.** Odak Grup Görüşmesi. Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 2006.
- Buldukoğlu S.** Sağlık Turizminin Türkiye’deki Yeri ve Önemi. Yüksek Lisans Tezi, Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2014, s 23.
- Buluç GT.** Turistik Ürün Pazarlama Politikası ve Planlaması ve Bir Pazarlama Stratejisi Olarak Turistik Ürün Çeşitlendirmesi, Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, İzmir, 1997, 8(1), s 12-17.

**Büyükşalvarcı A. Şapcılar MC, Bayrakcı S.** Kalkınma Planları Kapsamında Turizm Endüstrisinin Değerlendirilmesi. Selçuk Üniversitesi, Sosyal ve Teknik Araştırmalar Dergisi, 2016, 11, 186-201.

**Cengiz Z.** Sağlık turizmi: Global durum ve beklenen gelişmeler, <http://www.turizmuncel.com/makale/saglik-turizmi-global-durum-ve-beklenen-gelismeler---m1036.html> (28.11.2019) .

**Cohen E.** Medical Tourism In Thailand, 2006, 1(1), 25-27, internet dergisi, <http://www.assumptionjournal.au.edu/index.php/AU-GSB/article/view/381/335> (23.04.2020) .

**Çelikkaya S, Yaman H, Dağlı İ, Çapık E.** Bölgesel Politikaların Kalkınma Planlarındaki Yeri Ve Zamana Bağlı Dönüşümü. Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi, 2018, 9(22), s 26-27

**Çiçek R ve Avderen S.** Sağlık Turizmi Açısından İç Anadolu Bölgesi'ndeki Kaplıca ve Termal Tesislerin Mevcut Yapısının ve Potansiyelinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 2013, 15(25), s. 25-35.

**Çimen H.** Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergisi, 2018, 40, s 101-110, internet dergisi, <http://www.dergikaradeniz.com/index.php/tr> (28.04.2020) .

**Demir M, Demir ŞŞ.** Turistik Ürün Çeşitlendirmesi Kapsamında Futbol Turizmi: Antalya Bölgesinde Bir Araştırma. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2004, 6(1), s 94-114.

**Dinçer M, Çetin G.** Kalkınma Planlarında Turizm. *Değişik Perspektifleriyle Turizm Politikası ve Planlaması*. Ed: Küçükaltan D, Çeken H ve Mercan Ş. Detay Yayıncılık, Ankara, 2015, 184.

**Doğaner S.** Türkiye Turizm Coğrafyası, 1.Baskı, Çantay Kitabevi, İstanbul, 2001, s 75.

**Doğmuş OE.** Antalya Örneğinde Ulusal Turizm Politikalarının Sorgulanması, Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İzmir, 2010.

**Dünyanın ünlü tıp hekimleri,** Uluslararası Termal & Sağlık Turizm Zirvesi", <http://www.ithts.org/tr/article/desc/44999/dunyanin-unlu-tip-hekimleri-merkezi.html> (23.11.2019) .

**Emekli G.** Avrupa Birliği'nde Turizm Politikaları Ve Türkiye'de Kültürel Turizm. Ege Coğrafya Dergisi, İzmir, 2005, 14, S 99-107.

**Evcin E.** Türkiye Cumhuriyeti'nin İlk Yıllarında Turizm Ve Tanıtma Faaliyetleri. Ankara Üniversitesi Türk İnkılâp Tarihi Enstitüsü Atatürk Yolu Dergisi, 2014, 55, 51-52.

**Geliş Nedenine Göre Çıkış Yapan Ziyaretçiler,** Türkiye İstatistik Kurumu”, [http://tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt\\_id=1072](http://tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1072) (25.04.20) .

**Gencal M.** Sağlık Turizmi Kapsamında Medikal Turizmin Değerlendirilmesi: Erzurum Ölçeğinde Bir Uygulama. Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum, 2019.

**Gökdeniz A, Aşık N.** Küresel Rekabet Ortamında Turizm İşletmelerinde Soyut İmaj Oluşturma, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Balıkesir, 2008, 11(20).

**Güneş S Ve Dülger A.** Sağlık Turizmi. 2. Baskı, Tengilimoğlu D, (Edt), Ankara, Siyasal Kitabevi., 2017, 17.

**Gülbahar O.** 1990'lardan Günümüze Türkiye'de Kitle Turizminin Gelişimi Ve Alternatif Yönelimler. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 2009, 14(1), 153.

**Güleç D.** Sağlık Turizmi Kapsamında Antiaging (Sağlıklı Yaşlanma) Uygulamaları ve Yaşlı Bakımı: Türkiye Değerlendirmesi. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2011:8.

**Gülen KG ve Demirci S.** Türkiye'de Sağlık Turizm Sektörü. 2.Baskı. İstanbul Ticaret Odası Yayınları, İstanbul, 2012, s 55-56

**Güler EG.** Turistik Ürün, Ders Notları, Trakya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Edirne, 2010,5.

**Gülmez Z.** Türkiye'de Ve Dünya'da Sağlık Turizmi Ve Çeşitleri: Sağlık Turizminin Ülkemizdeki Mevcut Durumu Ve Bazı Ülkelerle Kıyaslanması. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2012

**Güzel A.** Eğitimde Araştırma Yöntemleri: Odak Grup Görüşmesi. Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara 2006.

**Hadi A.** Globalization, Medical Tourism And Health Equity. In Symposium On Implications Of Medical Tourism For Canadian Health And Health Policy, Ottawa/ Kanada, 2009,7.

**How much does it cost a bypass operation in Newyork city**, Costhelper Sağlık Merkezi, <https://health.costhelper.com/bypass.html> (27.04.2020) .

**İçöz O.** Sağlık Turizmi Kapsamında Medikal (Tıbbi) Turizm Ve Türkiye'nin Olanakları. Yaşar Üniversitesi, 14(4), s 2261, İzmir, 2009.

**Karakoç S.** Yaşlı ve Engelli turizmi, Küresel Sağlık Turizmi Biyoteknoloji ve Türkiye'nin Durumu, Kimlik Yayınları, Kayseri, 2017, s 77-79.

**Karataş Z.** Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. Manevi Temelli Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi, 2015, 1(1), s 71-72.

**Kayıp Kent Pigale**, <https://www.milliyet.com.tr/yerel-haberler/aydin/kayıp-kent-pigale-10422898> (24.04.2020) .

**Kılıç B, Kurnaz A.** Alternatif Turizm ve Ürün Çeşitliliği Oluşturmada Ekolojik Çiftlikler: Pastoral Vadi Örneği. İşletme Araştırmaları Dergisi, 2010, 2(4), 39-56.

**Kılınç İ.** Türkiye'de Sağlık Turizminde Rekabet Gücünü Etkileyen Faktörler Üzerine Bir Alan Araştırması. Doktora Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta, 2017.

**Kitzinger J.** Qualitative Research: Introducing Focus Groups. British Medical Journal, 1995, 311, s 299-302.

**Kozak M ve Güçlü H.** Turizmde Etik (Kavramlar, İlkeler, Standartlar) . 6. Baskı, Ankara, Detay Yayıncılık, 2018, 21.

**Kozak N, Kozak AM ve Kozak M.** Genel Turizm (İlkeler, Kavramlar) . (15. Baskı) . Detay Yayıncılık, Ankara, 2018: 102-103.

**Kozak N, Kozak AM ve Kozak M.** Genel Turizm (İlkeler, Kavramlar) . (15. Baskı) . Detay Yayıncılık, Ankara: 2018, 109-110.

**Köksal A.** Ege Bölgesinin Turizm Coğrafyası. Ankara Üniversitesi Dil Tarih Coğrafya Fakültesi Dergisi, 1988, 32(1-2), s 58.

**Kuş, E.** Nicel- nitel araştırma teknikleri. Anı Yayıncılık, Ankara, 2003, s 77.

**Mayıs Ayı Sonuna Doğru Normalleşme Başlayabilir**, Milliyet Gazetesi, <https://www.milliyet.com.tr/ekonomi/mayis-ayi-sonuna-dogru-normallesme-baslayabilir-6192058> (23.04.2020) .

**Mercan N, Oyur E, Demirci K.** Dünyada Hızla Artan Yaşlı Nüfus ve Sağlık Turizmine Etkisi. In. Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi, Aydın, 2014, s 708-719.

**Mergen H, Mergen BE ve Erdoğan B.** Jeotermal Enerji ve Balneoterapi Uygulamaları. Fizik Tedavi ve Rehabilitasyon Bilimleri Dergisi, 2006, 9(3), s 108-113.

**New York İstanbul havalimanı gidiş dönüş uçak bileti fiyatı,** Türk Havayolları Resmi Websitesi, <https://www.turkishairlines.com/tr-int/ucak-bileti/rezervasyon/rezervasyon-durumu/?cId=6d50ebf2-acaf-4fce-bb45-9f70d66032d4> (27.04.2020) .

**Oltulular Fİ.** Medikal Turizm Girişimciliğinde Mevcut Durum Ve Sorunların Tespitine Yönelik Bir Araştırma: İzmir Örneği. Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir, 2007.

**Ongun B.** Turizm Ve Sağlık Turizmi (Denizli örneği) . Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul,2013.

**Özbek T.** Jeotermal Kaynakların Sağlık ve Termal Turizmde Etkin Kullanımı (Ed: Mustafa Altındiş) . Termal Turizm, Nobel Yayıncılık, Ankara, 2015, 57-78.

**Özcan ZK, Aydın V.** Sağlık Turizminin Özellikleri. Sağlık Turizmi (Teori ve Politika) . Umuttepe Yayınları, İstanbul, 2015,75.

**Özcan ZK, Aydın V ve Derer E.,** Antalya’da ki Paydaşlar Açısından Sağlık Turizminin Kamu Politikası Perspektifinde Değerlendirilmesi. Balkan Sosyal Bilimler Dergisi, Uluslararası Ekonomi Yönetimi Kongresi, Antalya, 2016, s 868-885.

**Özer N.** Kaplıca Hekimliğinin Çağdaş Gelişimi. Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi, 1991, 17(18), s 37.

**Özsarı SH ve Karatana Ö.** Sağlık Turizmi Açısından Türkiye’nin Durumu. İstanbul Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Dergisi, 2013, 24(2), s 136-144.

**Pamukçu H, Saruşık M.** Helal Turizm Kavramı Ve Gelişimi Üzerine Genel Bir Değerlendirme. Uluslararası İktisadi Ve İdari Bilimler Dergisi, 2017, 3(1), 82-98

**Pirson F ve School A.** Anadolu’da Helenistik Bir Başkent. (1. Baskı),Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 2014, 492.

**Rızaoğlu, B.** Turistik Tanıtma Araştırması: Görüşme Yöntemi. 3 Baskı, Detay Yayıncılık, Ankara 2004, s. 114.

**Rönesans ve Sonrasında Sağlık Turizmi,** İhracatı Geliştirme Merkezi”, <https://www.igeme.com.tr/ronesans-donemi-ve-sonrasında-saglik-turizmi> (25.11.2019) .

**Sağlık Bakanlığı.** Türkiye Medikal Turizm Değerlendirme Raporu. TC Sağlık Bakanlığı, Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü, Sağlık Turizmi Daire Başkanlığı,” Ankara, 2012.

- Sağlık Turizmi Nedir,** Sağlık Bakanlığı,” <http://dosyamerkez.saglik.gov.tr/Eklenti/10944,02pdf.pdf?0> (26.11.2019) .
- Sağlık Turizmi.** Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü”, <https://antalya.ktb.gov.tr/TR-68438/saglik-turizmi.html> (22.11.2019) .
- Sağlık Turizmi Ekonomisi,** Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı”, <http://www.baka.org.tr/uploads/48947588121518SAGLIK-KATALOG-TURKCE-16MAYIS-3.pdf> (28.11.2019) .
- Sağlık Turizmi Nedir, Nasıl tanımlanır,** İhracatı Geliştirme Merkezi”, <https://www.igeme.com.tr/saglik-turizmi> (22.11.2019) .
- Sağlık Turizminin Tarihçesi,** Sağlıkın Geliştirilmesi Genel Müdürlüğü”, <http://www.satürk.gov.tr/images/pdf/tyst/01.pdf> (23.11.2019) .
- Sayın KŞ, Yeginboy EY, Yüsel İ.** Türkiye’de Medikal Turizm Uygulamaları: Bir Üniversite ve İzmir Sağlık Serbest Bölgesi Değerlendirmesi. Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, İzmir, 2017, 32(2) .
- Sügür A.** Türkiye’nin Medikal Turizm Açısından Son Üç Yılda Mevcut Durumu Ve Medikal Turizm Sektöründeki Ekonomik Boyutunun Geliştirilmesine Yönelik Bir Değerlendirme. Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2016, 16.
- Şanlıoğlu OÖ.** Türkiye’de Uygulanan Turizm Teşvik Politikaları Ve Sonuçları Üzerine Bir Değerlendirme. Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 2017, 7(2) .
- Taş D.** Türkiye’den Medikal Turizm Kapsamında Hizmet Alan Hastaların Memnuniyetlerinin Belirlenmesi: Ankara İli Örneği. Yüksek Lisans Tezi, Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2014.
- Tatar S, Atak O, Tunaseli A.** Bir Turistik Çekicilik Örneği: Tiyatro Medresesi. Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 2010, 10(53), s 979-980.
- Tengilimoğlu D.** Sağlık Turizmi. (2. Baskı), Siyasal Kitabevi, Ankara, 2017, s 53.
- Tengilimoğlu D.** Sağlık Turizmi, 2. Baskı, Siyasal Kitabevi, Ankara, 2017, s 62.
- Termal Turizm Genel Tanımlar,** Kültür ve Turizm Bakanlığı”, <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-11475/genel-tanimlar.html> (28.04.2019) .
- Tiryaki S.** Bilimsel Faaliyetlerin Kökeni ve Eski Çağ’da Bilim. International Journal of Human Sciences, 2017, 14(3), s 2459-2461.

**Toursim And Culture**, Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü”, <https://www.unwto.org/tourism-and-culture> (21.04.2020) .

**Turizm Gelir ve Giderleri**, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü”, <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR-201116/turizm-gelirleri-ve-giderleri.html> (03.03.2019) .

**Türkiye’de Turizm Sektörüne Sağlanan Teşvik ve Destekler**. Kültür ve Turizm Bakanlığı”, <http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr/Eklenti/4788,turkiyede-turizm-sektorune-saglanantesvik-ve-destekler.pdf?0> (11.12.2019) .

**Türkiye İstatistik Kurumu**, Geliş Nedenlerine Göre Ülkeden Çıkış Yapan Yabancılar. [http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt\\_id=1072](http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1072) (29.11.2019) .

**Dünyada Ve Türkiye’de Sağlık Turizmi**, 2010 Durum Tespit Raporu ve Çözüm Önerileri, Efil Yayınevi Ankara, 2010, 78.

**Türksoy A, Türksoy S.** Termal Turizmin Geliştirilmesi Kapsamında Çeşme İlçesi Termal Kaynaklarının Değerlendirilmesi. Ege Akademik Bakış Dergisi, 2010, 10(2), s 701.

**Uygun M.** Türkiye’de Sağlık Turizmi Alanında Paydaş Analizi: Ankara’da Sosyal Ağ Analizi Yaklaşımı Uygulaması. Doktora Tezi, Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2018.

**Ünal M.** Medikal Turizmi Etkileyen Faktörlerin Analizi: Türkiye Uygulaması. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Bilişim Enstitüsü, Ankara, 2019.

**WEB\_1.** (2019) Antik Çağ’da Sağlık, <http://www.healthserviceturkey.com/new/saglik-turizminin-tarihcesi-3> (24.11.2019) .

**WEB\_2.** Sağlık ve Medikal Turizminin Gelişmesinin Sebepleri. <http://www.haber.com/saglik-ve-medikal-turizminin-gelismesi-ve-tercih-sebepleri-makale,31399.html> (26.11.2019) .

**WEB\_3.** Yıldırım’ın web sitesi. Turizmde Sürdürülebilirlik: Türkiye Açısından Bazı Saptamalar ve Değerlendirmeler.

[https://www.hhyildirim.com/wpcontent/uploads/2017/10/saglik\\_turizminde\\_surdurulebilirlik\\_v1.pdf](https://www.hhyildirim.com/wpcontent/uploads/2017/10/saglik_turizminde_surdurulebilirlik_v1.pdf) (27.11.2019) .

**Yalçın B.** Antalya İli Sağlık Turizmi Potansiyeli Araştırması. Doktora Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya, 2013.

- Yardan ED, Dikmetaş H, Us CN, Yabana B.** Türkiye ve Dünya’da Sağlık Turizmi. Sağlıkta Performans Ve Kalite Dergisi, 2014, 8, s 31.
- Yavuz MC, Haseki Mİ.** Konaklama İşletmelerinde E-Pazarlama Uygulamaları: E-Medya Araçları Temelinde Bir Model Önerisi. Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Mersin, 2012, 9(2) .
- Yaylı A, Yüksel Ö.** Konaklama işletmeleri yöneticilerinin bedensel engelliler pazarına bakış açıları üzerine bir araştırma, Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 2006, 17 (1), s 87-97.
- Yıldız Z.** Turizmin Sektörünün Gelişimi Ve İstihdam Üzerindeki Etkisi. Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi, 2011, 3(5), 54-71.
- Yılmazdoğan OC.** Engelsiz Turizm. In: Sağlık Turizmi Temizkan SP (eds), Sağlık Turizmi, Detay Yayıncılık, Ankara, 2015, s 201
- Yiğit V.** Kamu Hastanelerinde Medikal Turizminin Gelişimini Etkileyen Faktörler. Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi, 7(15), s 110, Isparta 2016.
- Yirik Ş, Ekici R, Baltacı F.** Sağlık Turizminde Temel Kavramlar. Türkiye’de Ve Dünyada Sağlık Turizmi,(1. Baskı), Detay Yayıncılık, Ankara, 2015, s 1.
- Zengingönül O, Emeç H, İyilikçi DE, Bingöl P.** Medikal Turizm’de Ülkelerarası Fiyat Karşılaştırması. Sağlık Turizmi: İstanbul’a Yönelik Bir Değerlendirme, İstanbul, 2012, s 20



## ÖZGEÇMİŞ

Soyadı, Adı : ADIGÜZEL Mehmet  
Uyruk : T.C.  
Doğum yeri ve tarihi : Kayseri / 03.06.1989  
E-mail : guidemehmetadiguzel@gmail.com  
Yabancı Dil : İngilizce

### EĞİTİM

Derece	Kurum	Mezuniyet tarihi
Doktora	xxx	
Y. Lisans	Adnan Menderes Üniversitesi	22.01.2018
Lisans	Adnan Menderes Üniversitesi	12.06.2015

### BURSLAR ve ÖDÜLLER

Best Tui Behaviour & Best Tui Smile Ödülü (2015)

### İŞ DENEYİMİ

Yıl	Yer/Kurum	Ünvan
Şuan ki İşi	Aydın Turist Rehberleri Odası	Denetim Kurulu Üyesi
Şuan ki İşi	Serbest Çalışan	Turist Rehberi
2016	Pegas Tour	Turist Rehberi
2015	Tantur (TUI Group)	Turist Rehberi
2014	Palmera Hotel by Palmin Group	Barmen
2013	Rsv Pools (MD, USA)	Can Kurtaran
2012	Neilson Club Adaköy by Thomas Cook	Barmen
2010-2011	Yelken Hotel Bodrum	Barmen

## **AKADEMİK YAYINLAR**

### **1. MAKALELER**

### **2. PROJELER**

### **3. BİLDİRİLER**

#### **A) Uluslararası Kongrelerde Yapılan Bildiriler**

#### **B) Ulusal Kongrelerde Yapılan Bildiriler**