

Medikal Turizmde Paydaşların Rollerini ve SWOT Analizi

Araştırma Makalesi

İdris SARIAYDIN

Üsküdar Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Doktora öğrencisi,
idris.sariaydin@acibadem.com
ORCID: 0000-0001-8228-4083
DOI: 10.5281/zenodo.10051291

ÖZET

Medikal turizm ülkemizin en önemli gelir ve döviz kaynaklarından biridir. Bu çalışmada sağlık hizmeti ihracatı ve medikal turizm aynı anlamda kullanılmıştır. Son yıllarda artan sağlık hizmet ihracatıyla beraber medikal turizmin ana hatlarının incelenmesi bu çalışmanın amacını oluşturmaktadır. Ayrıca, medikal turizm paydaşlarının ve rollerinin belirlenmesi ve Türkiye’de medikal turizmin SWOT analizinin yapılması da çalışmanın diğer amaçları arasındadır. Katılımcılardan bir soruda medikal turizmin geliştirilmesi için yapılması gerekenler istenmiştir ve katılımcılar bu soruya tüm paydaşların çıkarlarını gözeterek orta ve uzun vadeli stratejik plan oluşturmayı ilk sırada ifade ederken sektörel verimliliğin ölçülerek sinerji oluşturulmasını ikinci sırada ifade etmişlerdir. Yine katılımcılar sırası ile hasta memnuniyetini takip etmeyi ve istikrarla arttırmayı, hastanın mali ve tıbbi konularda yaşadığı problemlerde kamu otoritesinin hastanın yanında olmasını, ülkemizin Dünya’da başarılı sağlık destinasyonu olduğuna yönelik tanıtımların yapılmasını, sağlık hizmeti sunucularının global dünya markası olmasının desteklenmesini, uluslararası akreditasyonların sağlanmasını ve hizmet standartların yukarı çekilmesinin sektörel bir kültür olarak benimsenmesini ifade etmişlerdir. Medikal turizm ile ilgili oluşturulan SWOT analizi ise ülkemizin her ne kadar zayıf yönleri ve tehditleri olmasına rağmen sahip olduğu fırsatlar ve güçlü yönleri ile dünyada daha iyi bir yere sahip olabileceği iddia edilmiştir. Güçlü yönlerden en dikkat çekici olanlar hekim kalitesi, güncel ve gelişmiş sağlık teknolojisi, hizmet kalitesinin çeşitliliği ve derinliği, erişilebilir fiyat, bekleme süresinin hasta lehine olması, tanıya varan sürenin kısalığı ve coğrafi konum olurken, fırsat başlıklarının ise; Dünya’da sağlığa olan talebin farklı ülkelerde şifa aramak yönünde artması, pazarın büyüklüğü, rakiplerimizden daha agresif olmamız ve rakiplerimizdeki bekleme sürelerinin uzunluğu ilk sıralarda verilen cevaplar olmuştur. Katılımcılara sorulan diğer bir soru grubu zayıf yönlerimiz ve tehditlerimiz olmuştur, zayıf yönler olarak; insan kaynağının lisan bilme sayı ve kapasitesi, hizmet standardını ve hasta memnuniyetini aşağı çeken hizmet sağlayıcılar arasındaki fiyat rekabeti cevaplar arasında yerini bulurken tehditler olarak; savaşlar, pandemi, mülteci göçleri ve beyin göçü ilk verilen cevaplar olmuştur.

Anahtar Kelimeler: Bilimsel Model, Medikal Turizm, Medikal Turizm Paydaşları.

GİRİŞ

Medikal turizm ülkemizin önemli döviz ve gelir kaynaklarından biridir (Buzcu ve Birdir, 2019). Son yıllarda hizmet sektörlerinde artan ihracatla beraber medikal turizmde ülkemizin potansiyelinin incelenmesi önem arz etmiş ve çalışmanın ana amacını oluşturmuştur. Ayrıca, bu alanda paydaşlarının ve rollerinin belirlenmesi ve Türkiye’de medikal turizmin SWOT analizinin yapılması da çalışmanın diğer önemli amacını oluşturmuştur. Modern medikal turizm, tüm kıtalarda köklerini antik tarihe kadar bulabilir. Antik Yunanlılar, Asclepius'a (Yunan tıp tanrısı) tapınaklar inşa etmeye başlamadan önce bile, günümüz İsviçre'sindeki çeşitli tepe kabilelerinin, şifalı olduğuna inandıkları demir açısından zengin kaplıcaları ziyaret etmek için günümüz Alman ve Fransız topraklarına seyahat ettiklerine dair kanıtlar bulunmaktadır (Simpson, 2017). Antik Yunanlılar türbeler inşa etmeye başladıklarında, ilk tıp merkezleri olarak kabul edildiler ve antik dünyanın her yerinden insanlar rahatsızlıklarına çare bulmak için seyahat etmektedirler (Simpson, 2017). Batı'da medikal turizmin başlıca destinasyonları kaplıcalar ve Yunan tıp merkezleriydi. Doğuda ise yoga yeni ortaya çıkmış ve batıda alternatif şifa yöntemleri olarak ilgi görmüştür. Rönesans döneminde ise Avrupalılar, kaplıcaların iyileştirici güçlerini yeniden keşfettiler ve bu da kıta boyunca başka bir seyahat dalgasını ateşledi. Görüldüğü gibi kaplıcalar, sağlıklı yaşam vb. gibi bitkisel çözümler günümüzde hala çok aranmaktadır (Simpson, 2017).

Medikal turizm özellikle dünyada ulaşım maliyetlerinin azalmaya başladığı 1990’li yıllardan itibaren ve şifa bulmak amacıyla sağlık için seyahat etmenin kolaylaşması ile hızlı bir artış trendi göstermiştir. Türkiye’nin turizm alanında 1980’li yıllardan sonraki atılımları neticesinde dünyada önemli destinasyonlardan birisi haline gelinmiştir. Ülkemiz özellikle deniz, tarih ve doğa turizm kollarında dünyada en fazla turist ziyaret edilen ilk 10 ülke arasında yer almaktadır (Buzcu ve Birdir, 2019). Turizm alanındaki bu gelişim medikal turizmin gelişmesinde tetikleyici bir rol oynamıştır. Öncelikle yirminci yüzyılın sonlarına ait bir fenomen ve trend olan medikal turizmin son zamanlarda ve hızla geliştiği görülmektedir. Medikal turizm ile ilgili sayısal verilerin yetersizliği ve güvenilirmezliği tüm hizmet sektörlerinde olduğu gibi önemli sorunlarından biridir, bu nedenle veriler titiz analizlerden ziyade sektör iyimserliğine ve destekleyiciliğine dayanmaktadır. Hizmet sektörlerinin ürettiği değerlerin maddi karşılığının ölçülmesindeki bu zorluğa rağmen medikal turizmin büyük çoğunluğu sağlık kuruluşlarının kendi vatandaşları dışındaki hastalara verdikleri hizmetin karşılığında kesilen sağlık hizmeti faturalarından ölçülmektedir. Bu şekilde maddi değerlerin ölçülmesindeki zorluğun yanı sıra medikal turizmi tanımlarken de farklı yaklaşımlar olduğunu görmekteyiz. Örneğin; Sağlık Bakanlığının yaklaşımı vatandaşlık detayına göre olurken Ticaret Bakanlığının yaklaşımı hizmet ihracatı ve döviz kazandırıcı hizmetler şeklinde olmaktadır. Bu farklılık medikal turizmin Türk vatandaşı olmayan hastalara sunulan hizmetin yanı sıra, gurbetçiler, Türkiye’de çalışan expatlar, Türkiye’de eğitim gören yabancı öğrenciler ve hatta Sosyal Güvenlik Kurumu (SGK) kapsamında olmayan mülteciler şeklinde bile genişletilebildiği görülmektedir. Bu yaklaşım farklılıkları medikal turizmin ölçülmesini ve tanımlanmasını zorlaştırmaktadır.

Medikal turizmin, özellikle son yıllarda geleneksel turizme göre kamu ve özel sektörün yaptığı yatırımlar, kamunun sağladığı devlet teşvikleri ile pazarda geleneksel turizme göre olumlu ayrıştığı ve hasta başına elde edilen gelirin turist başına elde edilen gelirden fazla

olmaktadır. Bu nedenle alternatif turizmlerden en dikkat çeken sağlık hizmetine dayalı gelişme gösteren medikal turizmdir. Medikal turizm gerek sanayi olmaması ve çevresel zararlarının diğer turizm gibi fazla olmaması sebebiyle ülkelerin tercih ettikleri en önemli turizm alanlarındadır. Medikal turizm her ne kadar en fazla tercih edilen turizm alanlarından olsa da ülkemizde yasal olarak gerekli düzenlemeler yeteri kadar yapılamamıştır. Bununla beraber medikal turizm paydaşları arasındaki koordinasyon eksikliklerinden dolayı elde edilmesi planlanan gelirlerden mahrum kalınarak kaynak israfı ve fırsat maliyetlerinin oluştuğu gözlemlenmektedir. Bu çalışmanın amacı olan medikal turizm paydaşları arasındaki ilişkilerin iyi seviyede belirlenmesi bu turizmden elde edilen gelirlerin artmasını sağlayacaktır.

YÖNTEM

Araştırmanın Modeli

Bu çalışmada temel olarak nitel araştırma yöntemi benimsenmiş olup, veri toplamak için görüşme (mülakat) tekniği kullanılmıştır. Mülakat tekniği, önceden hazırlanan soruların katılımcıya sözel olarak sorulması ve katılımcının verdiği cevapların mülakatı yapan kişi tarafından kaydedilmesi şeklinde gerçekleştirilen iki yönlü, esnek, yüz yüze konuşmaya dayanan nitel veri toplama metodudur (Karasar, 2013). Bu kapsamda mülakat yaklaşımı ile veriler toplanmış ve içerik analizi gerçekleştirilmiştir.

Çalışmanın deseni ise nitel araştırmalarda sıkça kullanılan fenomenoloji deseni olarak benimsenmiştir. Fenomenoloji, bir durum ya da fenomene ilişkin görüşme yapılan katılımcıların yaşadıkları deneyimlerin anlamlarını açıklayan bir tekniktir (Creswell, 2016). Yıldırım ve Şimşek (2016), fenomenoloji, bir konu hakkında bilgi sahibi olunan ancak daha derin bilgiler edinmek istenen konuları odak noktasına almaktadır. Böylece medikal turizm ile ilgili temellerin incelenmesi ve medikal paydaşların medikal turizmdeki rolleri ve ülkemizdeki medikal turizmin geliştirilebilmesi için model oluşturulmuştur.

Araştırmanın Örnekleme

Çalışmaya dahil edilen örneklem veya katılımcılar üst düzey bürokratlardan oluşmaktadır. Seçilen kişiler medikal turizm paydaşları ile ilgili kurumlarda çalışan üst düzey bürokratlardır. Toplam 18 kişiden oluşan bürokratların çalıştıkları kurumlar ve sayıları aşağıda verilmiştir:

- Sağlık Bakanlığı Sağlık Turizmi Daire Başkanı
- Ticaret Bakanlığı Uluslararası Hizmet Ticareti Genel Müdürü
- Ticaret Bakanlığı Sağlık Turizmi Daire Başkanı
- USHAŞ Genel Müdürü veya Yönetim Kurulu Başkanı
- OHSAD Sağlık Turizm temsilcisi
- DEİK Sağlık İş Konseyi Başkanı
- Hizmet İhracatçılar Birliği Sağlık Hizmetleri Komitesi Başkanı
- TURSAB Sağlık Turizmi Temsilcisi
- Sağlık Turizmi Federasyon\Dernek Başkanları (2 kişi)
- Özel Sağlık Kuruluşlar Sağlık Turizmi Yöneticisi (2 kişi)
- Sağlık Turizmi çalışması yapan Tıp Doktoru (2 kişi)

- Sağlık Turizmi Aracı Kuruluşları (2 kişi)
- Sağlık Hizmeti Asistan Firma (2 kişi)

Verilerin Toplanması

Görüşme formları yarı yapılandırılmış mülakat şeklinde oluşturulmuştur. Yapılandırılmamış görüşme tekniği görüşmeciye üst düzey hareket özgürlüğü sağlanmaktadır. Dolayısıyla yarı yapılandırılmış görüşme tekniği diğer iki tekniğe göre (yapılandırılmış ve yapılandırılmamış) daha dengeli bir metottur (Karasar, 2013). Seçilen bürokratlar çalışmaya gönüllü olarak katılmışlardır. Kendileri ile temasa geçilerek çalışma ile ilgili bilgiler verildikten sonra kendileri ziyaret edilmiştir. Katılımcılar ile yapılan mülakatlar mülakat öncesinde araştırmacı tarafından yarı yapılandırılmış şekilde hazırlanmıştır. Her bir mülakat yaklaşık 30 ile 45 dakika arasında sürmüştür ve sorular haricinde ek sorular sorulmamıştır.

Hazırlanan mülakat protokolünün içeriği toplam 10 sorudan oluşmaktadır. Sorular mülakat turizmin paydaşlarının Türkiye’de medikal turizmin geliştirilebilmesi için model önerisinin oluşturulması amaçla gerçekleştirilmiştir. Mülakat soruları ekte verildiği gibi medikal turizmde dünyada rol model olması, strateji ve politikaları, medikal turizm ile ilgili fırsatlar, zayıf ve güçlü yönleri, paydaşları, rolleri ve üstün yönleri yöneltmiştir. Ayrıca son soruda 6 farklı alt başlıkta sorular yöneltmiştir. Bu soruda medikal turizm ile ilgili altyapılar, özel hastaneler, kuruluşların yeterlilikleri ve yurtdışı tanıtım faaliyetleri ile ilgili sorular yöneltmiştir.

Verilerin Analizi

Mülakat soruları ile elde edilen veriler daha sonrasında çalışmanın kapsamı ve amaçları doğrultusunda içerik analizine tabii tutulmuştur. Mülakat protokolünde bulunan sorular doğrultusunda analizler gerçekleştirilmiş ve ülkemiz için en faydalı medikal turizm modeli önerilmiştir.

Araştırmanın Varsayımları

Araştırmanın mülakatları gönüllülük esasına göre gerçekleştirilmiştir. Bu nedenle katılımcıların gönüllü olarak, hiçbir baskı altında kalmadan mülakat sorularına içtenlikle cevap verdikleri varsayılmaktadır.

Araştırmanın Sınırlılıkları

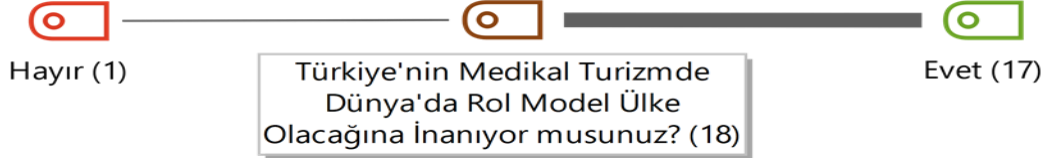
- Bu çalışma sağlık turizmi alanında çalışanlarla sınırlıdır.
- Araştırmanın bulguları katılımcıların mülakatlarda aktardığı bilgilerle sınırlıdır.
- Araştırmanın katılımcıları toplam 18 kişi ile sınırlıdır.
- Araştırmanın mülakat formu toplam 10 soru ile sınırlıdır.

BULGULAR

Çalışmanın bu kısmında veri analizi sonucunda elde edilen bulgular amaçlar ve model doğrultusunda değerlendirilmiş ve ilgili başlıklarda değerlendirilmiştir. Alt başlıklar mülakat soruları ile eşleştirilmiş ve ilgili yerlerde sunulmuştur.

Türkiye’de Medikal Turizm

Türkiye’de medikal turizm ile ilgili dünyadaki yeri ile ilgili başlık mülakat sorulardan birincisinde sorulmuştur. Bu soruda katılımcılara Türkiye’nin dünyadaki konumu ve nasıl bir rol model ülke olabileceği yöneltmiştir (Türkiye’nin medikal turizmde Dünya’da rol model ülke olacağına inanıyor musunuz?). Bu soruya katılımcıların verdikleri cevaplara aşağıdaki şekilde gösterilmiştir.



Şekil 1: Katılımcıların birinci mülakat sorusuna (Türkiye'nin medikal turizmde Dünya'da rol model ülke olacağına inanıyor musunuz?) verdikleri cevaplar

Çalışmaya dâhil edilenlerden 17'si ülkemiz ile ilgili medikal turizm konusundan ileri olduklarını belirtmişlerdir (Şekil 1). Bunlar ayrıca medikal turizmde yeterli seviyede olmadığını ancak belirli adımların atılması gerektiğini belirtmişlerdir. Sadece 1 kişi Türkiye'nin medikal turizmde yeterli olmadığını ve ileride rol model olamayacağını belirtmişlerdir. Çalışmaya katılanlara yöneltilen ikinci soruda (Sizce rol model ülke nasıl olunabilir, stratejimiz ve politikalarımız neler olmalıdır?) ise ülkemizin Dünya'da medikal turizmde rol model olabilmesi için yapılması gerekenler ile ilgili ne düşündükleri yöneltmiştir. Buna göre katılımcıların verdikleri cevaplar maddeler ve yüzdeler halinde Tablo 1'de sunulmuştur.

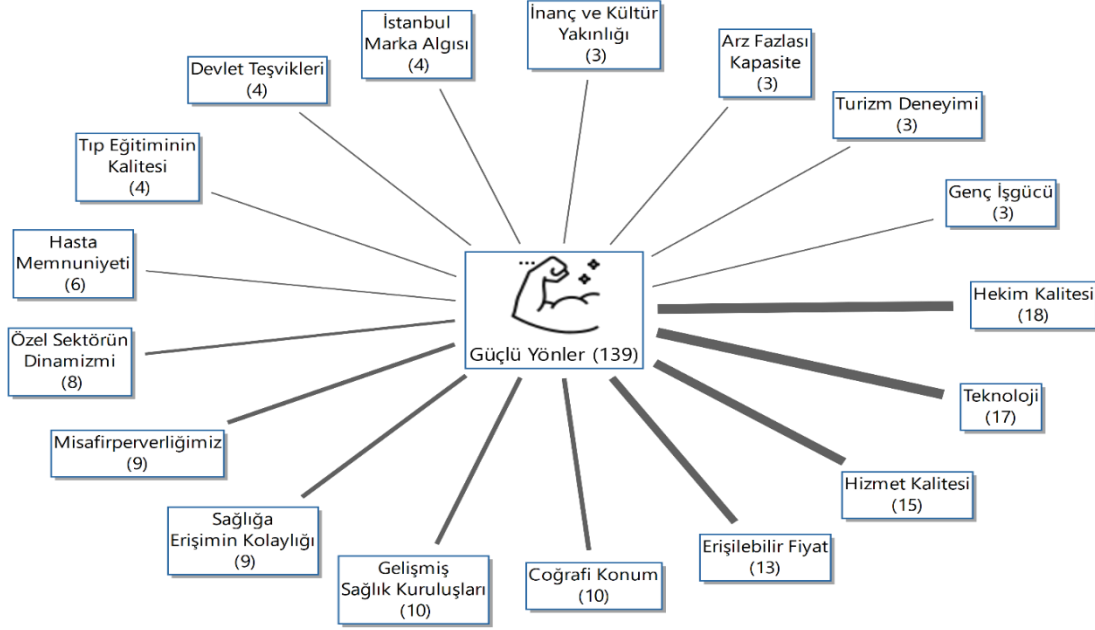
Tablo 1: Katılımcıların ikinci mülakat sorusuna (Sizce rol model ülke nasıl olunabilir, stratejimiz ve politikalarımız neler olmalıdır?) verdiği cevaplar

M	Sizce rol model ülke nasıl olunabilir, stratejimiz ve politikalarımız neler olmalıdır?	Cevap Sayısı	Yüzde
1	Tüm paydaşların çıkarlarını gözetken, orta ve uzun vadeli stratejik plan oluşturmak	18	5%
2	Sektörel verimliliğin ölçülerek sinerji oluşturulması	17	5%
3	Hasta memnuniyetini takip eden, hedef koyan, ödül ve cezanın da olduğu sistemin oluşturulması	17	5%
4	Hastanın mali ve tıbbi anlamda yaşadığı problemlerde kamu otoritesinin hastanın yanında olacağı bir garantörlük sisteminin oluşturulması	16	5%
5	Türkiye'nin tüm Dünya'da en önemli sağlık destinasyonu olduğuna yönelik tanıtım kampanyalarının düzenli ve sürekli olarak kamu otoritesi ve/veya STK'lar tarafından yapılması	16	5%
6	Türkiye'den Medikal Turizm alanında en az 2\3 markanın global dünya markası haline gelmesi için marka stratejileri oluşturulması	16	5%
7	Sağlığın bilimsel gelişimi içinde Türk doktor, ilaç ve buluşlarının da olması	14	4%
8	İyi olan Tıp fakültelerinin eğitim seviyesini daha üst seviyeye çıkarmak ve çok dilli eğitim verilmesinin sağlanması	14	4%
9	Medikal turizm sektöründe çalışan tüm profesyonellerin meslek standartlarının oluşturulması	13	4%
10	Paydaşların hedeflerinin erişilebilir seviyede belirlenmesi ve her yıl gelişen hedefler konması	13	4%
11	Uluslararası akreditasyonlara ve mükemmeliyet merkezleri kurulmasına açık olunması	13	4%
12	Hasta güvenliği hedeflerinin mutlaka uyulması gereken minimum standart olarak içselleştirilmesi	13	4%
13	Klinik araştırma ve AR-GE faaliyetlerine önem verilmesi	11	3%
14	Sağlık hizmetinin sunumunda, hızında ve tanı konmasında gelişen teknolojinin takip edilmesi ve yapay zekanın kullanılması	10	3%
15	Dünya'da en iyi tıp eğitimin verildiği ülke haline gelmenin hedef olarak konması	10	3%
16	Devlet teşviklerinin global dünya markası oluşturmak için genişletilmesi ve küçük firmaların kurumsal olgunluk seviyesini arttıracak şekilde tabana yayılması	10	3%

17	Türkiye'nin saç ekim algısından kurtulması için çalışmalar yapılması	9	3%
18	Dünya çapındaki Tıp kongrelerinin ve en büyük medikal turizm fuarının Türkiye'de yapılması	9	3%
19	Tüm paydaşların temsil edildiği politikaların üretileceği Sağlık Turizmi üst çatı konseyinin kurulması	9	3%
20	Sektörel KPI'ların belirlenmesi takip edilmesi ve kamuoyu ile paylaşılması	9	3%
21	Sektörel ödül ve ceza sisteminin kurulması	8	2%
22	Sektörün gelir paylaşımının gözden geçirilerek daha adaletli hale getirilmesi	8	2%
23	Dünya'da kendi ülkesi dışında sağlık hizmetini arayan tahmini 2 milyar kişinin kendi dilinde ve kültüründe sağlık hizmetinin karşılanacağı bir altyapının planlanması ve kurulması	8	2%
24	Her hastanın hasta memnuniyetini sağlayacak karşılama, ağırlama ve uğurlama altyapısının kurulması.	8	2%
25	Her hastaya özel kendi kültüründe Türkçesi 2. dil olan uzman düzeyinde tercümanların bire bir adam adama markaj yöntemiyle eşlik etmesi	8	2%
26	Her sağlık kuruluşunun yabancı hasta departmanlarını ve altyapısını oluşturması	8	2%
27	Sağlık hizmetinin her daim üst seviyede olması sağlanmalı	7	2%
28	Devletin regülasyonu paydaş rollerini dikkate alarak hızlı ve etkili yapması	7	2%
29	Sağlık serbest bölgeleri kurulması	6	2%
30	Bazı hastanelerin tamamen yabancı hastalara hizmet verecek alt yapıya sahip olması	5	1%
31	Yurtdışında bilinirlik ve hizmet kalitesini gösterebilmek için hastane açılması	5	1%
32	Yurtdışından yıldız veya başarılı hekim transferinin yapılabilmesi	4	1%
33	Yurtdışına beyin göçünün önüne geçilmesi	4	1%
34	Ülkede medikal turizm bilinci oluşturulması	3	1%
35	Türkiye'de dil bilen kişi sayısının artırılmasına yönelik etkili ve hızlı çözümler geliştirilmesi	2	1%
36	Üniversitelerde medikal turizm bölümü ve/veya dersi oluşturulması	2	1%
37	Fiyat şeffaflığının sağlanması	1	0%
38	Komplikasyonların garanti altına alınması	1	0%
39	Etkili bir gözlem denetim sistemi oluşturulması	1	0%
Toplam		353	100%

Tablo 1'te yer alan bulgulara göre 18 uzman medikal turizmde yer alan paydaşların çıkarları gözetken, orta ve uzun vadeli stratejik plan oluşturmasa gerektiğini belirtmişlerdir. Benzer olarak 17'si sektörel verimliliğinin ölçülerek sinerji oluşturulmasını ve hasta memnuniyetini takip eden hedef koyan, ödüllerin ve cezaların olduğu sisteminin oluşturulmasını savunmaktadır.

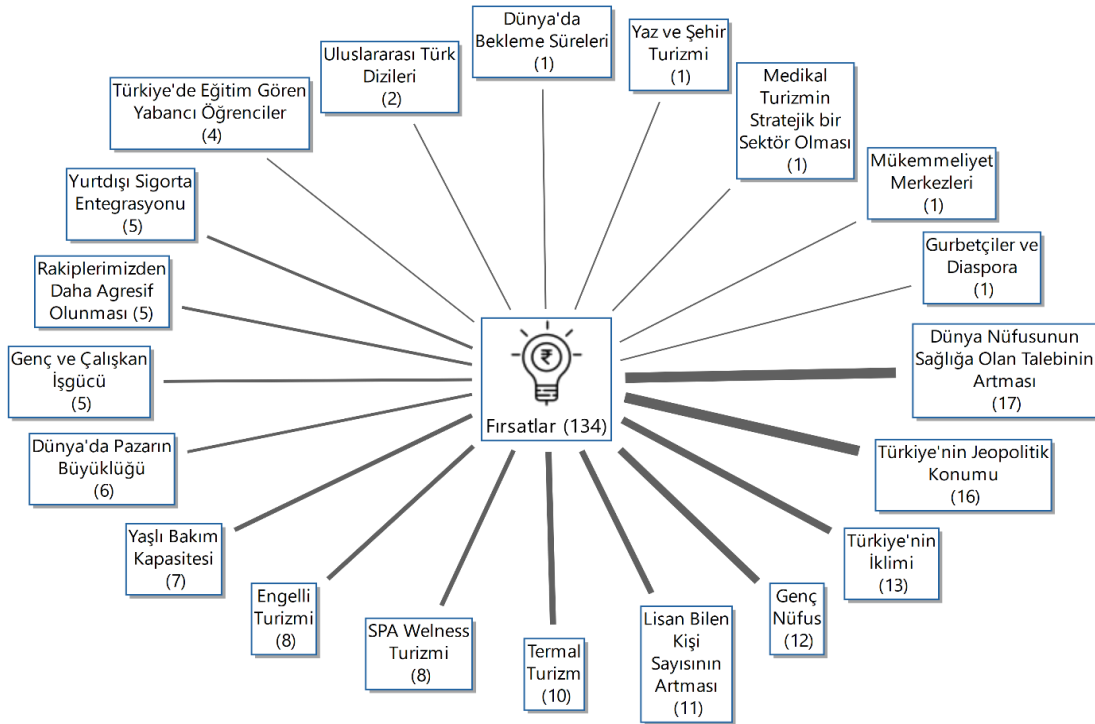
Katılımcılardan 16'sı ise hastaların tıbbi ve mali sorunları ile ilgili tıbbi olarak kamu otoritelerinin garantörlük veya benzeri bir sistemin oluşturulmasını gerektiğine inanmaktadırlar. Ayrıca, ülkemizin medikal turizm alanında tanıtımla kampanyalarının uluslararası arenada sürekli olarak özellikle kamu ve STK'lar tarafından yapılması gerektiğini ifade etmişlerdir. Bir diğer öneri ise medikal turizm alanında en az 2 veya 3 markanın dünya markası haline gelmesinin medikal turizmin rol model olması yolundaki en önemli adımların olduğunu belirtmişler ve tavsiye etmişlerdir. Katılımcıların üçüncü mülakat sorusuna (Türkiye'nin medikal turizmde üstün yönleri nelerdir?) verdikleri cevaplar Şekil 2'de sunulmuştur.



Şekil 2: Türkiye'nin medikal turizmde üstün yönleri

Şekilde verilen cevaplara göre ülkenin medikal turizmdeki en önemli yönlerinden birisi hekim kalitesi, gelişmiş ve güncel teknolojiler, servis çeşitleri, derinlik ve kalite, sağlık hizmetlerin erişilebilirliği ve maliyeti, coğrafi konum, kolay ulaşım ve uçuşların kolaylığı ve modern ve gelişmiş sağlık kurumlarına sahip olması olarak sıralanmıştır.

Sonraki soruda çalışmaya dahil edilen uzmanlar ve paydaşlara Türkiye'nin medikal turizmdeki fırsatları ile ilgili soru yöneltilmiştir. Buna göre katılımcılar toplam 20 önemli başlıkta bu soruyu cevaplamışlardır. Cevapların ayrıntıları Şekil 3'te sunulmuştur.

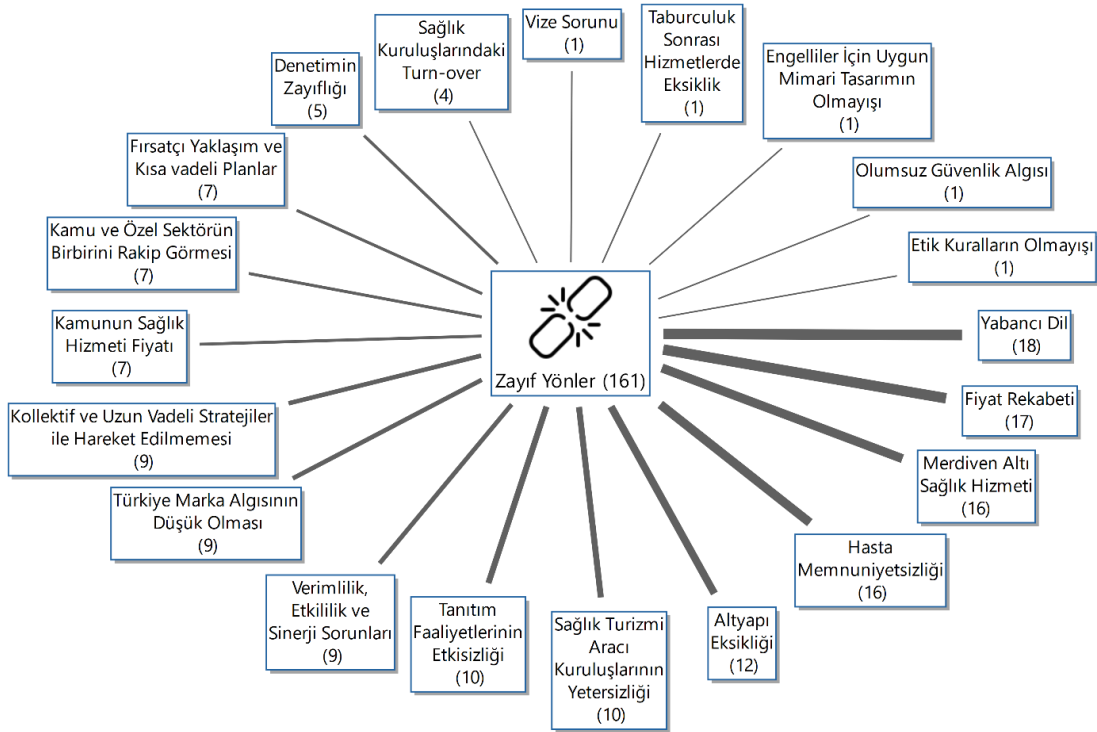


Şekil 3: Türkiye'nin medikal turizmde fırsatları

Şekil 3'e göre fırsatların en önemlileri ülkenin iklimi, dünya nüfusunun ve özellikle

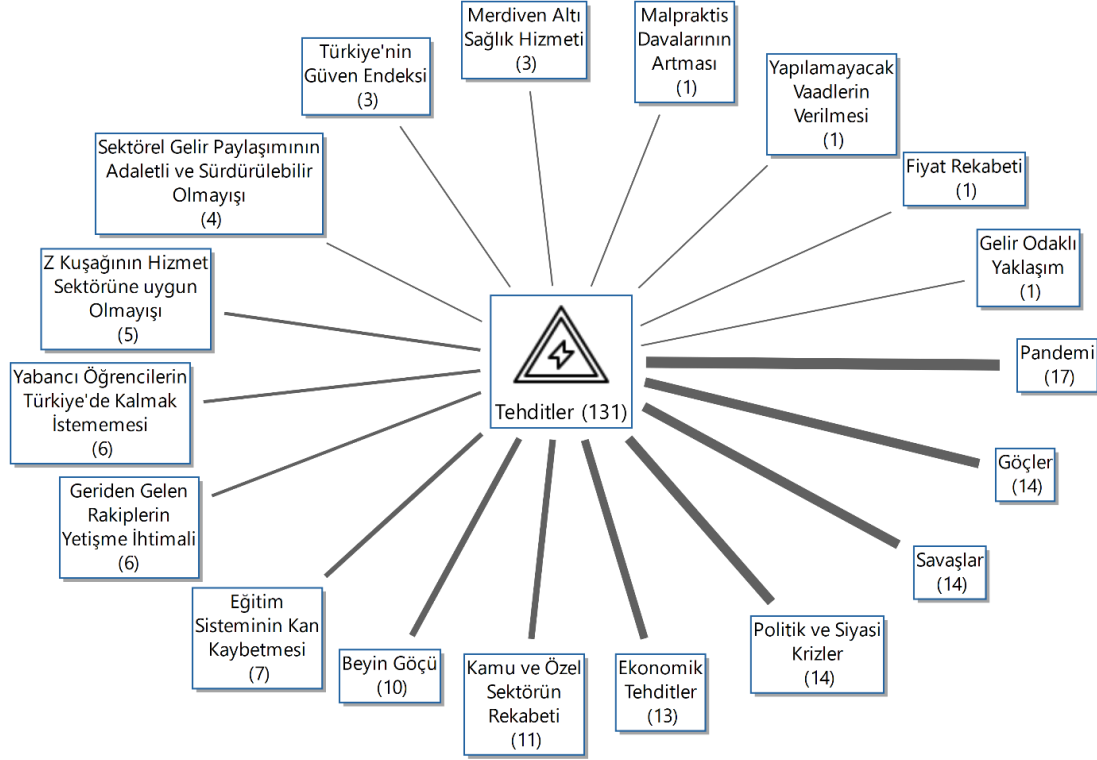
yaşlı nüfusun artması, coğrafi ve jeopolitik yapı, genç nüfusu, termal turizm kapasitesi ve SPA vb. Welnes turizm kapasitesinin yüksek olması olarak belirtilmiştir.

Şekil 4'te çalışmaya katılanlara medikal turizm ile ilgili Türkiye'nin zayıf noktalarını belirtmeleri istenmiştir. Toplam 24 adet zayıf nokta belirlenmiştir. Bunlardan en önemlileri yabancı dil ile ilgili sağlık personelinin ve paydaşların yetersiz seviyede olmalarıdır. Yabancı dil sağlık personeli için çok önemlidir ve özellikler medikal turistlere yardımcı olanların ilgili yabancı dil seviyelerinin yeterli olması gerekmektedir. Katılımcıların belirttiği diğer eksiklikler arasında fiyat rekabeti, kayıtsız çalışan sağlık hizmetleri, hasta memnuniyeti ile ilgili yeterli çalışmalar yapılmaması, mali ve tıbbi memnuniyetsizlik oluşturan sağlık hizmeti, altyapıların tamamlanmadan sağlık hizmeti yapmaya başlayan kurumlar, reklam, tanıtımlar ve pazarlama faaliyetlerindeki yetersiz durumlar ile sağlık turizmi ile ilgili aracı kurumların kurumsal olarak yetersiz seviyelerde olması katılımcıların belirttiği ve dikkat çektiği diğer zayıflıklardır (Şekil 4).



Şekil 4: Türkiye'nin medikal turizmde zayıf yönleri

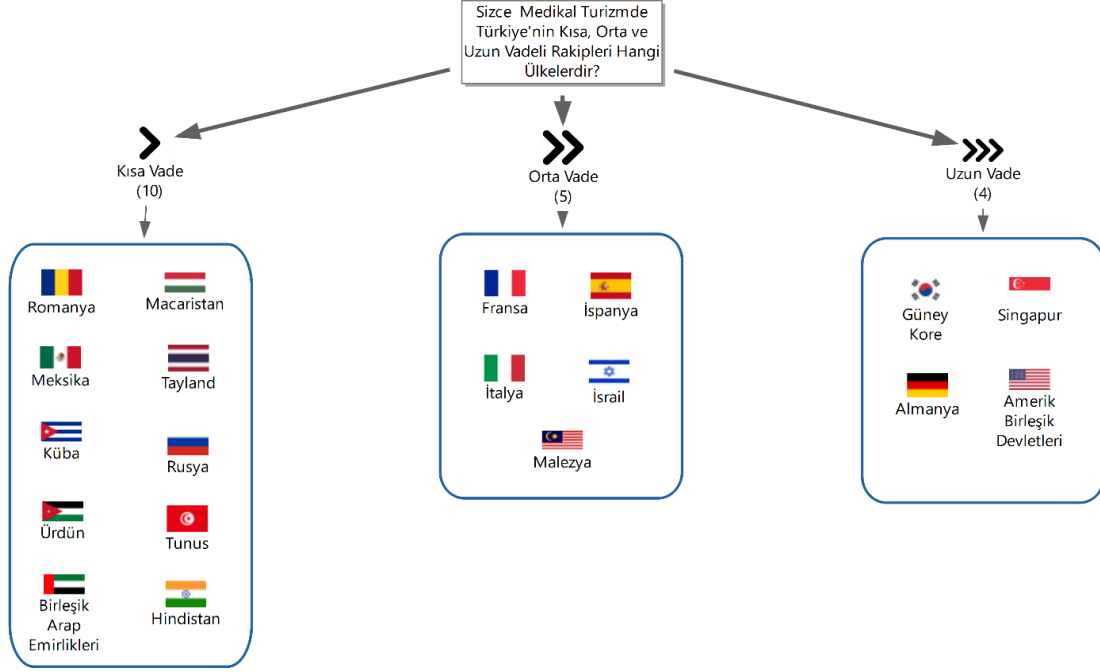
Araştırma kapsamında katılımcılara yöneltilen Türkiye'nin medikal turizmdeki tehditleri ile ilgili soruya verdikleri cevaplar aşağıda Şekil 5'te sunulmuştur.



Şekil 5: Türkiye'nin medikal turizmde tehditleri

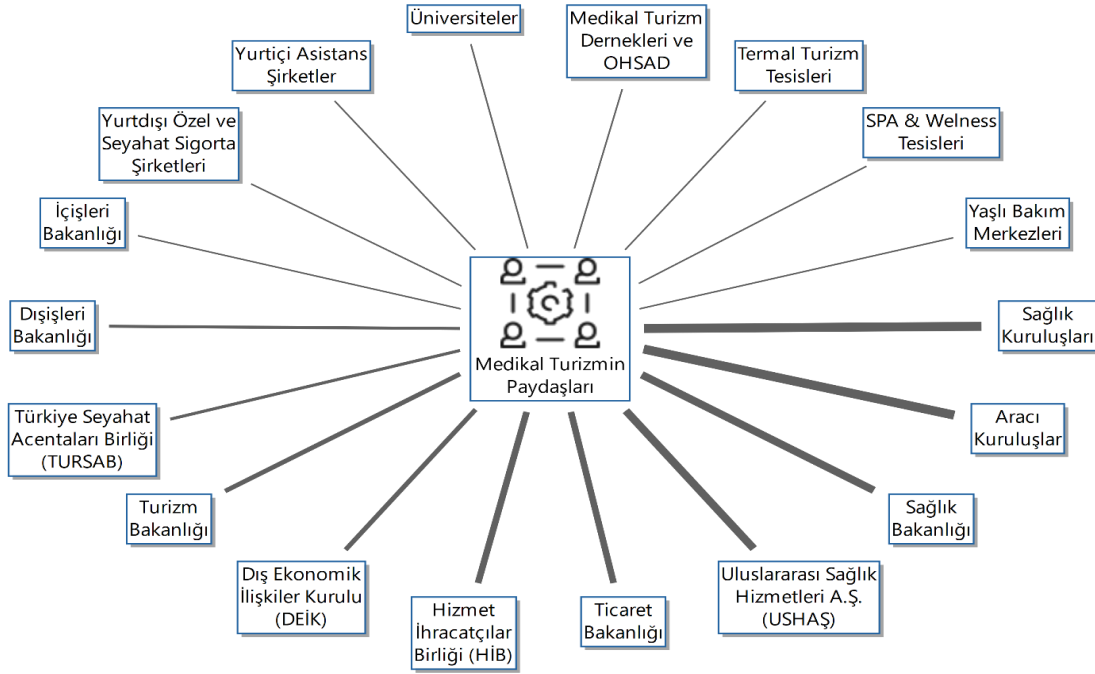
Şekil 5'de katılımcılara yöneltilen Türkiye'nin medikal turizmdeki tehditleri ile ilgili soruya verdikleri cevaplar sunulmuştur. Buna göre çalışmanın yapıldığı tarihlerde yoğun olarak devam eden pandemi koşullar, bölgede ortaya çıkan ve devam eden savaşlar, göçler, politik ve siyasi krizler, ekonomik tehditler, kamu ve özel sektörün rekabeti, beyin göçünün yaşanması ve eğitim sisteminin yeterince yüksek seviyede olmaması olarak sıralanmıştır. Katılımcıların yedinci mülakat sorusuna (Türkiye'nin medikal turizmde tehditleri nelerdir?) verdiği cevaplar kısa, orta ve uzun vadede farklı ülkeleri içermiştir. Katılımcıların bu konuda verdikleri cevaplar aşağıdaki gibi listelenebilir (Şekil 6).

- Kısa vadede: Hindistan, Ürdün, Tunus, Macaristan, Meksika, Romanya, Rusya, Tayland, Küba, Hırvatistan, BAE, Mısır, Kenya
- Orta vadede: İsrail, Malezya, İspanya, İtalya, Fransa
- Uzun vadede: ABD, Singapur, G.Kore, Almanya



Şekil 6: Medikal turizm alanında Türkiye'nin kısa, orta ve uzun vadeli rakip ülkeleri

Türkiye'deki medikal turizm ile ilgili durumları mülakatın sekizinci sorusunda medikal turizmin paydaşlarının kimler olduğu yöneltmiştir (Sizce medikal turizmde paydaşlar kimlerdir?). Ayrıca bu paydaşların rollerinin neler olması gerektiği kendilerine yöneltilmiştir (Bu paydaşların rolleri sizce neler olmalıdır?). Katılımcılar genel olarak medikal turizm paydaşları sorusuna verdikleri yanıtların dağılımı Şekil 7'de sunulmaktadır.



Şekil 7: Medikal turizmde paydaşlar

Şekil 7'den de görüldüğü gibi medikal turizmin ilk paydaşı özel ve kamu destekli sağlık kurumları olarak belirtilmiştir. Sağlık kurumlarının medikal turizmde en önemli yere sahibi oldukları katılımcılar tarafından belirtilmiştir. Medikal turizm konusunda sağlık kurumlarının rollerinin aşağıdaki gibi sıralanmıştır:

- *Bedenen, ruhen iyilik ve mutluluk hali*
- *Hasta memnuniyeti*
- *Hasta ve yakınlarının beklentisinin üzerinde Dünya’da en yüksek NPS oranında sağlık hizmeti vermek*
- *Karşılama, ağırlama ve memnun şekilde uğurlamayı başarılı şekilde yapmak*
- *Dünya’da talep eden her hastaya cevap verecek medikal turizm alt yapısına sahip olmak*
 - *Hastaneler (Özel, Kamu, Şehir, Üniversite)*
 - *Tıp merkezleri*
 - *Muayenehaneler*

Türkiye’de faaliyet gösteren sağlık turizmi aracı kurumları ülkedeki medikal turizm altyapısını hazırlamak ve dünyanın çeşitli bölgelerinde medikal turizm için ülkemize gelmelerini sağlamak ve tanıtımlar ile ilgili amaçlı kurumlardır. Bu kapsamda “*Dünyanın her yerinden seyahat edip ödemesini yapacak hastaların bulunması ve Türkiye’deki sağlık kuruluşlarına önerilmesi*” ve “*Reklam tanıtım pazarlama faaliyetleri yapma*” gibi temel görevleri bulunduğu çalışmaya dahil edilenler tarafından belirtilmiştir. Buna ilaveten bu konudaki paydaşlarda çalışan ve bu konuda uzman olan katılımcılar sağlık turizmindeki aracı kurumların işlevlerini aşağıdaki gibi listelemişlerdir:

- *Hasta ve yakınlarının; karşılanması, ağırlanması, uğurlanması sürecine sağlık kuruluşu ile birlikte eşlik etmek*
- *Hasta ve yakınlarının uçak bileti, konaklama, ulaşım, tercüman vb. ihtiyaçlarına sağlık kuruluşu ile birlikte yardımcı olmak.*
- *Hasta memnuniyetinden sağlık kuruluşu ile birlikte sorumlu olmak.*
- *Sağlık turizmi aracı kuruluş yetki belgesi olan kurumlar (yurt içi)*
- *Sağlık turizmi aracı kuruluş yetki belgesi olmayan kurumlar (yurt içi ve dışı)*
- *Fatura kesme yeterliliği olmayan şahıslar (yurt içi ve dışı)*

Katılımcılar ayrıca medikal turizm ile ilgili ülkemizde faaliyet gösteren medikal turizm paydaşları ve bunların temel görevlerini mülakat süreçlerinde dikkat çekmişlerdir. Paydaşların görevlerini aşağıdaki tabloda yer aldığı gibi ifade etmişlerdir.

Tablo 2: Türkiye’deki medikal turizm paydaşları ve kendilerinden beklenen roller

Paydaşlar	Rol veya görevleri
Sağlık Bakanlığı	<ul style="list-style-type: none"> › <i>Politika ve strateji belirlemek</i> › <i>Mevzuatları oluşturmak</i> › <i>Sektörü ve paydaşlarını denetlemek</i> › <i>Sağlık hizmetini vermek (özel sektör ile fiyat rekabetine girmeden T.C. vatandaşlarının vergileri ile sübvansede edilmiş fiyatlar ile değil maliyet muhasebesi iyi yapılmış özel sektörün ve uluslararası rakiplerin fiyatlarının da göz önüne alındığı en optimum fiyat ile hizmet vermek)</i>
USHAŞ	<ul style="list-style-type: none"> › <i>Ülkenin iyi bir sağlık hizmeti destinasyonu olduğuna dair “çatı marka” oluşturmak.</i> › <i>Bu çatı markanın reklam tanıtım ve pazarlamasını yapmak.</i>

	<ul style="list-style-type: none"> › Sağlık hizmetinin ve aracılık hizmetinin hasta memnuniyetini ölçmek, ödül ve ceza sistemini kurgulamak › Hastalara mali ve medikal garantör olmak, kuracakları çağrı merkezi ile memnuniyet yönetimini yapmak › Sağlık turizm yetki belgelerini denetleyerek vermek › Döviz kazandırıcı hizmetleri karşılığında sektöre teşvik vermek
Ticaret Bakanlığı	<ul style="list-style-type: none"> › Global dünya markası oluşturmak için marka ve Turquality teşviklerini vermek. › Yurtdışında görev yapan Ticaret Müşavirlerinin sektöre katkısını sağlamak
Hizmet İhracatçılar Birliği (HİB)	<ul style="list-style-type: none"> › Hizmet ihracatını geliştirmek › Kurumların yaptığı teşvik dosyalarını incelemek ve karara bağlamak › Sektör ile Ticaret bakanlığı arasında köprü vazifesi görmek › Üyelerinin sağlık turizmi ihracat kapasitelerini geliştirmek için çalışmalar yapmak
Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu (DEİK)	<ul style="list-style-type: none"> › Dış ticaretin gelişmesi için alım heyetleri ve ticaret heyetleri oluşturmak › Sağlık diplomasisini oluşturmak
Turizm Bakanlığı	<ul style="list-style-type: none"> › Dünyada etkili bir network ağı kurmak › Tanıtım fonunu kullanarak medikal turizmin tanıtımını yapmak
Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TURSAB)	<ul style="list-style-type: none"> › Sağlık turizmi aracı kuruluşlarının üye olduğu, › Aracı kuruluşlarının kurumsallaşmasına yardımcı olunması

Tablo 9: Türkiye'deki medikal turizm paydaşları ve kendilerinden beklenen roller (Devam)

Paydaşlar	Rol veya görevleri
Dışişleri Bakanlığı	› Vize kolaylığı
İçişleri Bakanlığı	› Uzun süre tedavi gören hastalar için oturma belgesi
Üniversiteler	› Göçmenlerin geçici kimlik kartları
Sağlık Turizmi Dernekleri ve OHSAD	› Sağlık turizmi bölümleri veya dersleri oluşturmak
	› Sektöre dil bilen insan kaynağını yetiştirmek
	› Yurtdışındaki STK'lar ile ilişkiler
	› Kongre, konferans, eğitim ve fuarlar düzenlemek

Tablo 2'de belirtildiği gibi ülkemizde faaliyet gösteren pek çok medikal turizm paydaşları bulunmaktadır. Bu paydaşlardan beklenen görevler tabloda yer almıştır. Katılımcılar bunlara ilaveten diğer paydaşların varlığından bahsetseler de bunlar ile ilgili beklenen görevler ve medikal turizm içindeki rollerini belirtmemişlerdir. Bunlar aşağıdaki gibidir:

- Yurtdışı özel sigorta şirketleri
- Yurtdışı Seyahat Poliçelerinin Şirketleri
- Yurtiçi Asistans Şirketler
- Oteller
- Rehberler
- Termal Turizm tesisleri
- SPA Wellness tesisler
- Yaşlı bakım merkezleri

- *Sağlıklı beslenme merkezleri*
- *Spor turizm tesisleri*
- *Havayolu şirketleri*

Mülakat sorularından sonuncusunda ise Türkiye’deki medikal turizm ile ilgili hali hazırdaki durumun analizi ile ilgili soru yöneltilmiştir. Aşağıdaki sorulara cevap aranmıştır:

- *Sizce kamu hastaneleri ve şehir hastaneleri medikal turizm için yeterli midir? (hekim, teknoloji, servis, altyapı, ayrılan bütçe, lisan bilen nitelikli istihdam vb.)*
- *Sizce özel hastaneler medikal turizm için yeterli midir? (hekim, teknoloji, servis, altyapı, ayrılan bütçe, lisan bilen nitelikli istihdam vb.)*
- *Sizce üniversite hastaneleri medikal turizm için yeterli midir? (hekim, teknoloji, servis, altyapı, ayrılan bütçe, lisan bilen nitelikli istihdam vb.)*
- *Sizce aracı kuruluşlar medikal turizm için yeterli midir? (hekim, teknoloji, servis, altyapı, ayrılan bütçe, lisan bilen nitelikli istihdam vb.)*
- *Sizce medikal turizm yapan sağlık kuruluşları ve aracı kuruluşlarının yurtdışı tanıtım faaliyetleri etkili ve yeterli midir?*
- *Sizce ülkemizden hizmet alan medikal turistlerin hasta memnuniyeti hangi düzeyde karşılanmaktadır?*

Bu soru ile ilgili katılımcıların verdikleri cevaplar medikal turizm paydaşları kapsamında ifade edilmiştir. Ülkedeki medikal turizm paydaşlarının sorunların bulunduğu ve bu sorunlar için yeterli ilerlemeler sağlanmadığına dikkat çekilmiştir. Medikal turizm paydaşlarının özellikle hastanelerin birbirleri ile yarışmaları ve alt yapılarının yeterli olmaması bir handikaptır. Üniversite hastaneleri ise kamu hizmeti vermesi ve fazla alt yapılarının bulunmaması, gerekli teknik personele sahip olmaması bir başka sorundur. Hasta memnuniyeti ile ilgili yeterli çalışma yapılmamaktadır.

Türkiye Medikal Turizmi SWOT Analizi

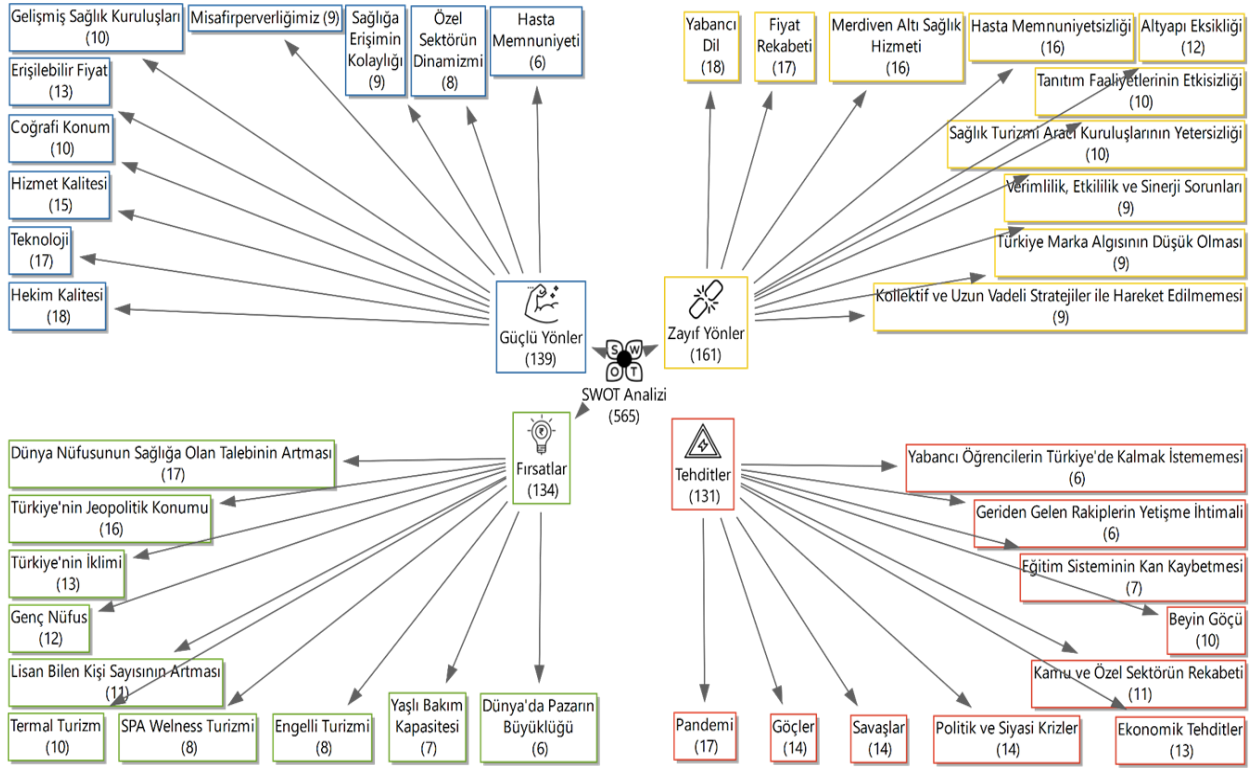
SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats - Güçlü yönler, Zayıf yönler, Fırsatlar, Tehditler) analizi bir kurum, alan veya proses ve sonuçları ile ilgili gerçekleşenler ve elde edilen sonuçlar dahilinde hali hazırdaki durumların değerlendirilmesi amacıyla kullanılmaktadır.

SWOT şu anlama gelir: Güç, Zayıflık, Fırsat, Tehdit. Bir SWOT analizi, kuruluşunuzun güçlü ve zayıf yönlerini (S-W) ve ayrıca daha geniş fırsat ve tehditleri (O-T) belirlemeniz için size rehberlik etmektedir. Durum hakkında tam bir farkındalık geliştirmek hem stratejik planlamaya hem de karar vermeye yardımcı olur. SWOT yöntemi başlangıçta iş ve endüstri için geliştirilmiştir, ancak toplum sağlığı ve gelişimi, eğitim ve hatta kişisel gelişim için eşit derecede faydalıdır. SWOT, kullanabileceğiniz tek değerlendirme tekniği değildir.

Bu yöntemin güçlü yönleri, basitliği ve çeşitli operasyon seviyelerine uygulanmasıdır. Bir SWOT analizi, Güçlü Yönler, Zayıf Yönler, Fırsatlar ve Tehditlere odaklanır.

Çalışmaya dahil edilenlere Türkiye’nin medikal turizmdeki durumu ile ilgili sorular yöneltilmiştir. Bu sorular ülkenin medikal turizmde üstün yönelir, fırsatlar, zayıf yönleri, tehditler ile ilgili sorular yöneltilmiştir. Bu sorulara verilen cevaplar ile aşağıda yer alan SWOT

analiz şeması (Şekil 8) oluşturulmuştur.



Şekil 8: Türkiye'deki medikal turizm ile ilgili SWOT şeması

Şekil 8'de verilen bilgiler Türkiye'nin medikal turizmi ile ilgili SWOT analizini içermektedir. Buna göre ülkenin medikal turizm ile ilgili güçlü taraflarından one çıkanlar hekim kalitesi, servislerin çeşitliliği, özel sektörün sağlık alanındaki yenilikleri ve dinamizmi, arz fazlasının olması, genç ve çalışan ekiplerin paydaşlarda görev yapması olarak özetlenebilir. Şekil 21'in ikinci sütununda Türkiye'nin medikal turizm ile ilgili zayıflıkları yer almaktadır. Zayıflıklar medikal turizmin ülkede gelişmesinin engellemektedir. Buna göre en önemli dezavantajlar medikal turizmde çalışanların yabancı dil eksikliği, merdiven altında gerçekleşen sağlık hizmetleri, verimlilik ve sinerji sorunları, denetimlerin zayıflığı, liderlik ve yönetim eksikliği, olumsuz güvenlik algıları, vize sorunları, entelektüel olamamak, taburculuk sonrası hasta memnuniyetinin takip edilmemesi, kamu ve özel sektörün birbirlerini rakip olarak görmesi, maliyet hesaplarının iyi yapılmaması ve fırsat maliyeti, insan kaynakları zafiyetleri ile engelliler için yeterli hizmetlerin olmaması, ve Sağlık turizm aracı kuruluşlarının kurumsal olgunluk seviyesinin yetersiz oluşu gelmektedir.

SWOT analizinin sonraki sütununda ise fırsatlar yer almaktadır. Buna göre ülkemiz genç nüfusunun olması, coğrafi ve jeopolitik öneme sahip olması ve dünya nüfusunun özellikle gelişmiş ülkelerdeki yaşlı nüfusun artması en dikkat çekenlerdendir. Buna ilaveten termal turizm imkânları, gurbetçiler, genel turizmin medikal turizme katkıları ve medikal turizmin bir moda hatta trend haline gelmesi en önemli fırsatlardandır.

SWOT analizinin son sütununda ise son zamanlarda yaşanan pandemi, göçler ve savaşlar en önemlilerindendir. Bununla beraber Politik ve siyasi krizler, ekonomik tehditler, kamu ve özel sektörün rekabeti, beyin göçü, eğitim sisteminin kan kaybetmesi, TL'nin kaybettiği değer sonrası Türkiye'de eğitim gören yabancı öğrencilerin Türkiye'de kalmak

istememesi, geriden gelen rakiplerin yetiştirme ihtimali, z kuşağının hizmet sektörüne uygun olmayışı, sektörel gelir paylaşımının adaletli ve sürdürülebilir olmayışı, Türkiye'nin güven endeksi, merdiven altı sağlık hizmeti verilmesi, birbirimizi aşağı çeken fiyat rekabeti, yapılamayacak vaatlerin hastalara verilmesi, malpraktis davalarının artması ve sektöre yalnızca gelir odaklı yaklaşım diğer faydaların göz ardı edilmesi gibi tehditler bulunmaktadır.

TARTIŞMA

Bu çalışmada Türkiye'deki medikal turizm ele alınmıştır. Bu kapsamda ülkemizde medikal turizmin hali hazırdaki durumu incelenmiştir. Ayrıca, medikal turizm paydaşlarının ve rollerinin belirlenmesi ve Türkiye'de medikal turizmin SWOT analizinin yapılması da çalışmanın diğer amaçları arasındadır. Çalışmanın bu bölümünde çalışmanın sonucunda elde edilen bulgular incelenmiş elde edilen bulguların sebepleri hakkında yorumlarda bulunulmuştur.

Türkiye, dünyanın en iyi 10 medikal turizm destinasyonu arasında yer almaktadır. Türkiye'de medikal turizmin üç büyük avantajı, uygun fiyat, yüksek kaliteli bakım ve birinci sınıf tedaviye anında erişimdir. Türkiye'nin sunduğu en büyük fayda, diğer ülkelere kıyasla önemli ölçüde tasarruf sağlamasıdır. Birçok prosedür AB'de aynı tedaviden %50 ila %70 daha ucuza mal olmaktadır. Türkiye merkezi bir konumda, Avrupa ve Orta Doğu'daki büyük şehirlerden sadece 2-3 saat uzaklıktadır. Türkiye 70'ten fazla ülkeye vizesiz giriş hakkına sahiptir.

Türk Hava Yolları, 100'den fazla ülke ve 200 uluslararası destinasyona uçan, dünyanın en büyük havayollarından biridir. Türk Hava Yolları'nın yaygın uçuş ağı, dünyanın her yerinden hastalara çok kolay ve ekonomik ulaşım imkânı sağlamaktadır. Sağlık sektöründe 30'a yakın tecrübe ve bilgi birikimine sahip olup, sürekli yenilenen teknolojisi, uzman tıbbi ve idari kadrosu ve multidisciplinary yapısı ile tüm sağlık hizmetlerini İstanbul'da vermektedir.

Hastalara koordineli çok disiplinli bakım, yüksek kaliteli klinik sonuçlar, öncü teknoloji ve klinik araştırmalara erişim, düşük maliyetli bakım, olağanüstü hasta deneyimi, araştırma ve yenilik ve hasta bakımına bütünsel bir yaklaşım sunulmaktadır. Ayrıca Türkiye, dünyanın en çok ziyaret edilen tatil yerlerinden biridir ve şu anda medikal turistler için de en önemli destinasyonlardan biridir. Türkiye'nin özel hastaneleri, bugün dünyanın en gelişmiş tıbbi tedavilerini ve teknolojisini sunmaktadır. Türkiye, teknolojik olarak gelişmiş tıbbi altyapısının yanı sıra, birçok avantajıyla lider bir sağlık turizmi destinasyonudur.

Bu çalışmada ilk elde edilen bulgular Türkiye'nin medikal turizmde dünyadaki yeri ile ilgilidir. Buna göre çalışmaya dahil edilen katılımcılardan bir kişi hariç medikal turizmde ileri bir ülke olduğu belirtilmiştir. Türkiye'nin medikal turizmde son yıllarda ilk 10'da yer alması katılımcıların bu konudaki görüşlerini doğrulamaktadır. Ancak diğer tarafta ise ülkenin dünyadaki medikal turizm harcamalarından aldığı payın düşüklüğü ve ülkenin potansiyeli düşünüldüğünde dünyada daha yukarılarda yer alması ve dünyada medikal turizm yapılan harcamalarında daha yüksek bir orana sahip olması gerekmektedir. Arı (2017) Türkiye'nin medikal turizmdeki yerini değerlendirdiği çalışmasında, ülkemizin sağlık turizmi kapsamına giren alanlarda rekabet edebilir fiyat stratejisi ile uluslararası rekabette kendine avantaj sağladığı ve ön sıralarda yer aldığını bildirmiştir. Yazar ayrıca Türkiye'nin kapsamlı hizmet uygulamaları ile (destinasyon yönetimi, vize, otel olanakları) rekabet halinde olduğu pazarda

rakiplerine göre önemli bir potansiyele sahip olduğunu vurgulamıştır. Arı (2017)'nin değindiği hususlar ile bu çalışmanın katılımcılarından edinilen bulguların örtüştüğünü ve birbirini desteklediğini söylemek mümkündür.

Buna ilaveten ülkemizdeki medikal turizm paydaşlarının ve rollerinin neler olduğu sorulduğunda ise en önemli paydaşlar arasında sağlık kurumları, aracı kurumlar, sağlık bakanlığı ve Ticaret Bakanlığı olduğu belirtilmiştir. Özsarı ve Karatana (2013) alışmalarında ülkemizde sağlık turizminin en önemli paydaşlarının Sağlık Bakanlığı ve Turizm Bakanlığı olduğunu ifade etmiştir. Sağlık turizmi konusunda en önemli paydaşın şüphesiz Sağlık Bakanlığı olması tartişılmazdır. Sağlık kurumları medikal turizm hizmeti veren kurumlar olduğu için alt yapıları ve verdikleri hizmetlerinde kalite medikal turizmin geleceği için çok önemlidir. Sağlık turizminde yer alan kurumların ayrıca hasta memnuniyeti ve dünya medikal turizm seviyesinde kaliteli hizmet vermeleri gerektiği düşünülmektedir. Medikal turizmde gelecek yıllarda daha iyi yerlerde yer alabilmesi için ülkemizdeki sağlık hizmeti veren kurumlar özellikler medikal turizm ile ilgili kurumların hasta memnuniyeti ve tedavi sonrasındaki hizmetlerinin kaliteli olması gerektiği beklenen bir durumdur. Özsarı ve Karatana (2013)'nin çalışmasının üzerinden neredeyse 10 yıl geçmiş ve bu sürede sağlık turizmi küresel ölçekte ciddi bir pazar olarak görülmeye başlanmıştır. Dolayısıyla günümüzde Ticaret Bakanlığının da önemli paydaşlar arasında gösterilmesinin sebebi olayın ekonomik boyutunun her geçen gün daha önemli seviyelere yükselmesindedir. Ayrıca günümüzde sağlık turizmi sadece tıbbi bir tedavi programının çok daha ötesinde anlamlar ifade etmektedir. Sağlık tedavisi için gelen misafirlerin uçak seyahatinden itibaren başlayan bir paket programlar silsilesi haline dönuşmüştür. Turistin ülkeye girişinden itibaren transfer süreci, konaklama süreci, gezi programı, kültür tanıtımı gibi birçok aktivite sağlık turizmine dahil edilmekte ve doğal olarak Ticaret Bakanlığını da ilgilendiren ara aktiviteler ortaya çıkmaktadır.

Sağlık turizmindeki bir başka paydaş olan medikal turizm aracı kurumların dünyanın her yerinde seyahat edip ödemesini yapacak hastaların bulunması ve ülkemizde medikal turizm merkezlerine önerilmesi gerekmektedir. Bu sebepten dolayı medikal turizmin paydaşı olan aracı kurumlar çok önemli bir role sahiptir. Bu kurumlar ilaveten seyahat, tedavi ve tedavi sonrası süreçlerde hastalara ve medikal turistlere yardımcı olmaları gerekmektedir. Bu durumun bir başka önemli özelliği hastaların memnuniyetidir. Hasta memnuniyetinin yüksek olması medikal turizmin gelişmesi için önemlidir. Bu konuya katılımcılar dikkat çekmiştir. Literatür incelendiğinde hasta memnuniyetinin sağlık turizmi için oldukça önemli bir etmen olduğu birçok çalışmada ifade edilmiştir (Campbell ve ark., 2020; Wu ve ark., 2016; Ghasemi ve ark., 2022; Rao ve Choudhury, 2017). Marković ve arkadaşları (2014) sağlık turizminde hizmet kalitesi ile hasta memnuniyeti arasında güçlü bir korelasyonun varlığından söz etmiştir. Sağlık turizminde hasta memnuniyetinin incelendiği benzer bir çalışmada Alsarayreh ve arkadaşları (2017) da hızlı servis, maliyet, profesyonellik ve hizmet kalitesi değişkenlerinin tamamının hasta memnuniyeti ile pozitif korelasyonu olduğunu ortaya koymuştur. Dolayısıyla hasta memnuniyetine ilişkin bizim çalışmamız ile literatürdeki bulgular aynı paralellikte ve birbirini desteklemektedir. Sağlık insanlar için oldukça önemli bir durumdur. Bu nedenle insanlar sağlıkları konusunda en ufak ayrıntıyı bile göz ardı etmeden memnuniyet arayışı içerisindedirler.

Katılımcılara yöneltilen bir başka soruda ise medikal turizmin geliştirilmesi için

yapılması gerekenler istenmiştir. Katılımcılar bu soruya öncelikle hedeflerin belirlenmesi ve orta ve uzun vadede dünya seviyesinde medikal turizm hizmetlerinin sunulması ve ayrıca hedeflere ulaşılabilmesi için gerekli politikaların belirlenmesi gerektiğini ifade etmiştir. Buzcu ve Birdir'in (2019) hastane yöneticileriyle gerçekleştirdiği çalışmada, medikal turizmin geliştirilmesi için en çok dikkat çekilen hususlar %31,6 ile reklam faaliyetleri ve %11,7 ile akreditasyon faaliyetleri olmuştur. Sağlık turizminin geliştirilmesi konusunda şüphesiz hedefler ve politikalar koyulmalı ancak Buzcu ve Birdir'in çalışmasında bu etmenler daha ziyade genel ve kapsayıcı unsurlar olarak dikkat çekmiştir. İçöz (2009), çalışmasında medikal turizm potansiyelinin geliştirilmesi için öncelikli olarak pazarlama stratejisi geliştirmenin ve tanıtım faaliyetlerine ağırlık vermenin öneminden bahsetmiştir. Orta vadeli hedefler olarak medikal turizmde dünya seviyesinde hizmetler veren ve bu konuda uzman olan ülkelerin yakalanması gelmektedir. Uzun vadede ise medikal turizmde dünyada ilk 3 sırada yer almasının ve turist açısından ve pay alma seviyelerinin artırılmasının bu şekilde gerçekleşeceği ifade edilmiştir. Bu konuda medikal turizm paydaşlarının beraber çalışması ve uygun stratejilerin oluşturulması gerekmektedir.

Medikal turizm ile ilgili oluşturulan SWOT analizinde ise ülkemizin her ne kadar zayıf yönleri ve tehditleri olmasına rağmen medikal turizmde sahip olduğu fırsatlar ve güçlü yönleri ile dünyada daha iyi bir yere sahip olabileceği iddia edilmiştir. Bu konu ile ilgili en dikkat çeken fırsat ülkenin bulunduğu coğrafi ve konumdur. Özellikle gelişmiş ülkelere daha kolay ulaşım olmasından dolayı medikal turizmde avantajlı konumdadır. Görener (2016)'in SWOT-AHP metodu kullanarak gerçekleştirdiği çalışmada Türkiye'nin sağlık turizminde güçlü yönleri fiyat üstünlüğü ve alanında deneyimli doktor kadrosunu barındırması olarak belirtilmiştir. Dinçer ve arkadaşlarının (2016) gerçekleştirdiği çalışmada Türkiye'nin sağlık alanında geniş olanaklara sahip olması, teknolojik gelişmeleri yakından takip etmesi, ulaşım olanakları ve doğal zenginlikleri en güçlü yönler olarak bildirilmiştir. Aydoğdu (2016) Türkiye'de sağlık turizminin en güçlü yönlerinin fiyat avantajı, doğal zenginlikleri ve kültürel zenginlikler olduğunu ortaya koymuştur. Akbolat ve Deniz (2017) ise bu alandaki en güçlü yönleri coğrafi konum ve ileri sağlık teknolojisi olarak belirtmiştir. SWOT analizinde bir konu ile ilgili en güçlü yönler analizi yıllara ve konjonktüre bağlı olarak değişebilmektedir. Ancak literatürde yer alan farklı sonuçlar da göz önünde bulundurulduğunda Türkiye'nin coğrafi konumu ve doğal zenginliklerinin en güçlü yanlarından bazıları olduğunu söylemek mümkündür.

Ülkemizin medikal turizmde en zayıf görünen yönlerinin ise yabancı dil bilme seviyesi ve durumu, fiyatların yeterli seviyede olmaması ve hasta memnuniyetindeki eksiklikler olduğu dile getirilmiştir. Verimlilik ve marka oluşturulmasındaki eksiklikler diğer zayıf yönleri olarak dikkat çekmektedir. Aydoğdu (2016), Türkiye'nin sağlık turizminde en zayıf yönlerini yabancı dil bilen nitelikli personel eksikliği ve güvenlik sorunları olarak bildirmiştir. Benzer şekilde Daştan (2014), Dökme (2016), ve Görener (2016) de ülkemizdeki yabancı dil sorununun medikal turizm alanındaki en sorunlu yanlarından birisi olarak değerlendirmiştir. Literatürdeki bu bulgular mevcut çalışmamızın bulgularını desteklemektedir. Khafızova (2011) sağlık turizminde Türkiye'nin en zayıf yönünü turizm işletmelerinin akreditasyon sağlamış sağlık kuruluşları ile yeterli düzeyde iletişim kurmaması olarak ifade ederken, Zengingönül ve arkadaşları (2012) sektörün paydaşları arasındaki koordinasyonun zayıf ve güvensizlik ortamı olarak belirtmiştir. Barca ve arkadaşları ise (2013) Türkiye'nin en zayıf yönünün sağlık turizmi

alanında hazırlanmış strateji yetersizliği, tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin istenilen düzeyde olmaması olarak ortaya koymuştur.

Son zamanlarda yaşanan pandemiler, göçler ve çatışmalar, SWOT analizinin son sütunundaki en önemli faktörler arasındadır. Ayrıca, siyasi krizler, ekonomik tehditler, kamu ve özel sektör arasındaki rekabet, beyin göçü, eğitim sisteminde kan kaybı, TL'nin değeri düştükten sonra Türkiye'de okuyan uluslararası öğrenciler ve rakiplerin sollama potansiyeli vardır. Ardından z kuşağının hizmet sektörüne uygun olmaması, sektörel gelir paylaşımının adaletsiz ve sürdürülemez olması, Türkiye'nin güven endeksinin düşük olması ve tezgah altı para sağlanması gibi riskler sıralanmıştır.

KAYNAKÇA

- Akbolat, M., & Deniz, N. G. (2017). Türkiye'de medikal turizmin gelişimi ve bazı ülkelerle karşılaştırılması. *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 123-139.
- Alsarayreh, M. N., Mahasneh, M. S. M., & Al Nawaiseh, K. H. A. (2017). A study of the determinants influencing customer satisfaction in the medical tourism industry in Jordan. *International Review of Management and Marketing*, 7(3), 349-356.
- Arı, H. (2017). Pazarlama perspektifinden medikal turizm ve Türkiye'nin medikal turizmdeki yeri. *Sağlık Yönetimi Dergisi*, 1(1), 1-10.
- Aydoğdu-Ferreira, L. A. (2016). Türkiye ve Brezilya'da Sağlık Turizmi: Bir Karşılaştırma. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.*
- Barca, M., Akdeve, E., Balay, İ. G. (2013). Türkiye Sağlık Turizm Sektörünün Analizi ve Strateji Önerileri. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5(3), 64-92
- Buzcu, Z., & Birdir, K. (2019). Türkiye'de medikal turizm incelemesi: Özel hastanelerde bir çalışma. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 18(1), 311-327.
- Campbell, A., Restrepo, C., & Navas, G. (2020). Patient satisfaction with medical tourism: a review of 460 international plastic surgery patients in Colombia. *Plastic and Reconstructive Surgery Global Open*, 8(12).
- Creswell, J. (2013). *Qualitative inquiry and research design: choosing among five approaches*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Daştan, İ. (2014). Türkiye'de Sağlık Turizmi: Türkiye ve Özelinde İzmir'de Sağlık Turizminin Mevcut Durum Analizi ve Strateji Önerileri. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 6(10):143-63
- Dinçer, M. Z., Çiftçi, M. A., Karayılan, E. (2016). Gelişmekte Olan Ülkelerde Medikal Turizm: Türkiye'nin Tayland, Malezya ve Hindistan'a Göre Potansiyelinin Değerlendirilmesi. *İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (1), 34-60.

- Ghasemi, M., Sahranavard, S. A., Alola, U. V., & Hassanpoor, E. (2022). Can Cost and Quality Management-Oriented Innovation Enhance Patient Satisfaction in Medical Tourist Destination?. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 1-30.
- Görener, A. (2016). Türkiye’de Medikal Turizm Sektörünün Değerlendirilmesinde Bütünleşik SWOTAHS Yaklaşımı. *Alphanumeric Journal*, 4(2), 159–159
- Karasar, N. (2013). Bilimsel araştırma yöntemi, 26. Basım. Ankara: Nobel.
- Khafızova, L. (2011). Medikal Turizmin Gelişmesinde Seyahat İşletmelerinin Önemi ve Türkiye’deki Durumu. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul
- Marković, S., Lončarić, D., & Lončarić, D. (2014). Service quality and customer satisfaction in the health care industry-towards health tourism market. *Tourism and hospitality management*, 20(2), 155-170.
- Özsarı, S. H., & Karatana, Ö. (2013). Sağlık Turizmi Açısından Türkiye'nin Durumu. *Journal of Kartal Training & Research Hospital/Kartal Eğitim ve Arastırma Hastanesi Tıp Dergisi*, 24(2), 136-144.
- Rao, V., & Choudhury, R. (2017). A study of the factors influencing customer satisfaction in medical tourism in India. *International Journal of Business and General Management*, 6(5), 7-22.
- Simpson, L. (2017). The history, evolution and future of medical tourism. Erişim adresi: <https://www.cobizmag.com/the-history-evolution-and-future-of-medical-tourism/>
- Wu, H. C., Li, T., & Li, M. Y. (2016). A study of behavioral intentions, patient satisfaction, perceived value, patient trust and experiential quality for medical tourists. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 17(2), 114-150.
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2016). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Zengingönül, O., Emeç, H., İyilikçi, D. E., & Bingöl, P. (2012). Sağlık Turizmi: İstanbul’a Yönelik Bir Değerlendirme. İstanbul Kalkınma Ajansı.

Stakeholder Roles and SWOT Analysis in Medical Tourism

Research Article

İdris SARIAYDIN

Üsküdar University Institute of Health Sciences PhD student,
idris.sariaydin@acibadem.com
ORCID: 0000-0001-8228-4083
DOI: 10.5281/zenodo.10051291

ABSTRACT

Medical tourism is one of our country's most important sources of income and foreign exchange. In this study, health service exports and medical tourism are used interchangeably. The aim of this study is to examine the main lines of medical tourism with the increasing health service exports in recent years. Additionally, determining medical tourism stakeholders and their roles and conducting a SWOT analysis of medical tourism in Turkey are among the other aims of the study. In one question, the participants were asked what needs to be done to develop medical tourism, and while the participants expressed the first place in this question to create a medium and long-term strategic plan that takes into account the interests of all stakeholders, they expressed the creation of synergy by measuring sectoral efficiency in the second place. Again, the participants, respectively, should monitor patient satisfaction and increase it consistently, ensure that the public authority supports the patient in financial and medical problems, promote our country as a successful health destination in the world, support healthcare providers to become global world brands, ensure international accreditations, and They stated that raising service standards should be adopted as a sectoral culture. The SWOT analysis created for medical tourism claimed that although our country has weaknesses and threats, it can have a better place in the world with its opportunities and strengths. While the most notable strengths are physician quality, up-to-date and advanced health technology, diversity and depth of service quality, accessible prices, waiting time in favor of the patient, short time to diagnosis and geographical location, the opportunity headings are; The first answers given were the increase in the demand for health in the world to seek healing in different countries, the size of the market, the fact that we are more aggressive than our competitors, and the long waiting times of our competitors. Another group of questions asked to the participants was about our weaknesses and threats, as weaknesses; While the number and capacity of human resources to speak languages and price competition between service providers, which reduces service standards and patient satisfaction, find their place among the answers, as threats; Wars, pandemics, refugee migrations and brain drain were the first answers given.

Key Words: Scientific Model. Medical Tourism, Medical Tourism Stakeholders.