Vizyoner Dergisi

Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi, Yıl: 2025, Cilt: 16, Sayı: 47, 793-813.
Süleyman Demirel University Visionary Journal, Year: 2025, Volume: 16, No: 47, 793-813.

ISSN: 1308-9552

ARAŞTIRMA MAKALESİ / RESEARCH ARTICLE

TÜRKİYE'DE SAĞLIK TURİZMİ VE SEKTÖRDEKİ İNSAN KAYNAĞI PROFİLİNİN İNCELENMESİ: NİTEL BİR ARAŞTIRMA*

EXAMINING THE ROLE AND QUALITIES OF HUMAN RESOURCES IN MEDICAL TOURISM IN TÜRKİYE: A QUALITATIVE RESEARCH

Doç. Dr. Fatma KANTAŞ YILMAZ[1]
Dr. Öğr. Üyesi Saadet KARAKUŞ[2]
Afra Zeynep ATAĞ[3]
Elif BAĞ[4]
Yağmur AYNACI[5]

ÖZ

Sağlık turizmine genel bir bakış açısı kazandırmayı amaçlayan bu çalışma, alandaki insan kaynaklarının rolü ve niteliklerini belirleyerek insan kaynağı profilini çizmeyi amaçlamaktadır. Nitel araştırma yöntemi ile tasarlanan çalışmada durum çalışması deseni kullanılmıştır. Araştırmanın örneklemini İstanbul ilinde, sağlık turizmi hizmeti veren özel hastaneler oluşturmaktadır. Derinlemesine görüşmeler, 17 üst ve orta düzey yönetici ile yüz yüze ve online ortamda gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler sonucunda 355 dakika ve 12.806 kelime elde edilmiş olup MAXQDA Analytics Pro programı ile verilerin analizi gerçekleştirilmiştir. Nitel veriler, betimsel analiz ile kodlanmış ve tematik analiz yapılmıştır. Sağlık turizminde Türkiye'nin tercih edilen bir destinasyon olmasının en önemli nedeninin uygun fiyat politikaları, sağlık kurumlarının gelişmiş teknolojik alt yapısı, personelin eğitimli ve donanımlı olması, coğrafi ve kültürel yakınlık olarak saptanmıştır. Tercih edilen sağlık hizmetlerini katılımcılar, plastik cerrahi, obezite cerrahisi, onkoloji, rinoplasti ve saç ekimi şeklinde ifade etmişlerdir. Sağlık turizmi alanında çalışan insan kaynağının ana dili düzeyinde yabancı dil bilmesinin, pazarlama, kültürel farklılıkların yönetimi, organizasyon becerisi gibi sektöre özgü yetkinliklerle donanmış, tıbbi terminolojiye hâkim ve güçlü iletişim becerilerine sahip olmasının önemli olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sağlık Turizmi, İnsan Kaynakları, Uluslararası Hasta Hizmetleri.

JEL Sınıflandırma Kodları: I10, I11, I19.

ABSTRACT

The study thoroughly examines medical tourism, emphasizing the function and competencies of human resources in the sector and outlining their profile. The study utilizes a qualitative methodology through a case study design. The study sample consists of private hospitals that provide medical tourism services in İstanbul. Interviews are conducted with 17 senior and mid-level managers, utilizing both in-person and online formats. The interviews produce 355 minutes and 12,806 words, evaluated by MAXQDA Analytics Pro software. Qualitative data underwent coding by descriptive analysis, subsequently followed by thematic analysis. The essential characteristics that establish Türkiye as a favored health tourism destination include its economical pricing tactics, the advanced technological infrastructure of healthcare facilities, proficient and well-trained people, and geographical and cultural proximity. Participants indicated their preferred health services, which included plastic surgery, obesity surgery, oncology, rhinoplasty, and hair transplantation. Human resources in health tourism must exhibit native-level competence in a foreign language, sector-specific expertise including marketing, cultural competency, organizational abilities, mastery of medical terminology, and strong communication skills.

Keywords: Health Tourism, Human Resources, International Patient Services.

JEL Classification Codes: I10, I11, I19.

---

* Bu çalışma 03.05.2023 tarihinde 8. Uluslararası Sağlık Bilimleri ve Sağlık Yönetimi Kongresinde sunulan ve tam metni bildiriler kitabında yayınlanmayan "Sağlık Turizminde İnsan Kaynaklarının Rolü ve Niteliklerinin İncelenmesi: Nitel Bir Araştırma" başlıklı bildiriden hazırlanmıştır. Çalışma için Sağlık Bilimleri Üniversitesi Etik kurulundan 23/221 sayılı ve 07.04.2023 tarihli etik kurul onayı alınmıştır.

[1] Sağlık Bilimleri Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölümü, fatmakantas.yilmaz@sbu.edu.tr

[2] Sağlık Bilimleri Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölümü, saadet.karakus@sbu.edu.tr

[3] Bağımsız Araştırmacı, afraazey@gmail.com

[4] Sağlık Bilimleri Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölümü, elifbag.49@gmail.com

[5] Sağlık Bilimleri Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölümü, yagmuraynaci34@gmail.com

Makale Geliş Tarihi / Received : 12.10.2024
Makale Kabul Tarihi / Accepted : 11.05.2025

https://doi.org/10.21076/vizyoner.1566051

Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi, Yıl: 2025, Cilt: 16, Sayı: 47, 793-813.
Süleyman Demirel University Visionary Journal, Year: 2025, Volume: 16, No: 47, 793-813.
ISSN: 1308-9552

EXTENDED SUMMARY

Purpose and Scope:

Medical tourism has become a major sector that develops as individuals travel to another country to receive health services. Although the history of the sector is old, the development of medical technology and the increase in expectations from health services have led people to seek health services outside the country they live in in recent years (Şeker and Yılmaz, 2023, p.42; Buldukoğlu, 2014, p. 5). Medical tourism has a very large market in the world economy. Türkiye, which is an important actor in this field, is a country with high potential with its natural resources and riches, advanced sectoral infrastructure and specialized human resources (Buldukoğlu, 2014, p. 5; Şeker & Yılmaz, 2023, p. 42). The number of health tourists coming to Türkiye in 2023 is 1.4 million people, and health service exports are 2.3 billion dollars (Ministry of Trade Institution, 2024). In the second quarter of 2024, 801,723 people came to Türkiye to receive health services and the income obtained was 1,621,922 thousand US dollars (International Health Services Corporation Institution, 2024). The demand for skilled human resources in the strategic sector of medical tourism has lately increased. The study thoroughly examines medical tourism, emphasizing the function and competencies of human resources in the sector and outlining their profile.

Design/methodology/approach:

The study utilizes a qualitative methodology through a case study design. Interviews are conducted with senior and mid-level managers working in the medical tourism sector. The study sample consists of private hospitals providing health tourism services in İstanbul. The interviews are conducted face-to-face and online, and the duration varies according to the interest and time of the participants, lasting an average of 30 minutes. A total of 355 minutes and 12,806 words are obtained. The data are transcribed by word using the Word program. The researcher evaluates the data obtained from the study within the framework of the inductive analysis approach using the “content analysis” method. The data are analyzed using the MAXQDA Analytics Pro program, which was in line with the responses received from the interviews. The qualitative data are coded using descriptive analysis, and thematic analysis is performed. The Fleiss Kappa goodness of fit test conducted by two evaluators yields a fit rate of 96%, a Kappa value of 0.778, and is statistically significant ($p<0.05$).

Findings:

The essential characteristics that establish Türkiye as a favored health tourism destination include its economical pricing tactics, the advanced technological infrastructure of healthcare facilities, proficient and well-trained people, and geographical and cultural proximity. Human resources in health tourism must exhibit native-level competence in a foreign language, sector-specific expertise including marketing, cultural competency, organizational abilities, mastery of medical terminology, and strong communication skills. Participants drew attention to the diversity of personnel within health tourism. They emphasize that personnel diversity is important at this point because health tourism appeals to a wide area. Participants state that translators, health personnel, marketing team, agency relations specialist, protocol officer who provides corporate meetings and call center employees constitute the human resources. The research indicates that patients possess varying expectations based on their country or region of origin. Individuals from Europe priorities the speed, cost, and quality of the procedure, whilst those from neighboring regions emphasize cultural and geographical proximity. Participants indicate their preferred health services, which included plastic surgery, obesity surgery, oncology, brain and neurosurgery, orthopedics, eye treatment, check-ups, neurology, dentistry, cardiology, pediatric surgery, rhinoplasty, and hair transplantation. The majority of interviewees highlights that under-the-counter structuring constitutes a significant impediment to the health tourism business in our country. They assert that such clandestine services adversely affect both patient satisfaction and the reputation of Türkiye's health tourism. The participants highlight the challenges encountered in the visa application procedure, noting that its complexity and duration constitute significant barriers to the health tourism business in Türkiye.

Conclusion and Discussion:

The study indicates that Türkiye stands out as a significant destination in health tourism, favored for its skilled and high-quality healthcare workforce, competitive pricing strategies, and advancements in medical technology. Most participants indicate insufficient educational programs, including master's and doctorate degrees, in Türkiye that are aimed at preparing human resources for the medical tourism sector. The significance of language proficiency as a crucial qualification for personnel in this field is highlighted, underscoring the need to acquire advanced multilingual reading, writing, and speaking skills throughout the educational process. Incorporating marketing, digital marketing, social media management, and crisis management into educational programs is essential. Based on the findings of the study, the recommendations for enhancing the sector are as follows: expanding the availability of advanced education programs at the master's and doctorate levels to develop skilled professionals in health tourism; delivering the essential legal frameworks and motivations; all parties collaborating effectively and embracing responsibility for the sector; enhancing Türkiye's reputation through strategic marketing and promotional initiatives; individuals involved in the formulation of administrative procedures (visa etc.); developing a suitable pricing policy framework; enhancing inspections across various sectors. The enhancements proposed are expected to yield beneficial outcomes for the health tourism sector.

Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi, Yıl: 2025, Cilt: 16, Sayı: 47, 793-813.
Süleyman Demirel University Visionary Journal, Year: 2025, Volume: 16, No: 47, 793-813.
ISSN: 1308-9552

1. GİRİŞ

Sağlık turizmi, bireylerin sağlık hizmeti almak amacı ile başka bir ülkeye seyahat etmesi ile gelişen büyük bir sektör haline gelmiştir. Sağlık ve turizm kavramının kesişim noktası olan sağlık turizmi, dünya üzerindeki ülkeler için oldukça önem taşımaktadır. Sektörün tarihi eski olsa da tıbbi teknolojinin gelişmesi ve sağlık hizmetlerinden beklentinin artması, son yıllarda insanları yaşadıkları ülke dışında sağlık hizmeti arayışına sürüklemiştir (Şeker ve Yılmaz, 2023, s. 42; Buldukoğlu, 2014, s. 5).

Sağlık turizmi, dünya ekonomisinde oldukça büyük bir pazara sahiptir. Bu alanda önemli bir aktör olan Türkiye, doğal kaynakları ve zenginlikleri, gelişmiş sektörel altyapısı ve uzmanlaşmış insan kaynağı ile potansiyeli yüksek bir ülkedir (Buldukoğlu, 2014, s. 5; Şeker ve Yılmaz, 2023, s. 42). 2023 yılında Türkiye'ye gelen sağlık turisti sayısı 1,4 milyon kişi, sağlık hizmet ihracatı ise 2,3 milyar dolar'dır (Ticaret Bakanlığı, 2024). 2024 yılının ikinci çeyreğinde ise 801,723 kişi sağlık hizmeti almak için Türkiye'ye gelmiş ve elde edilen gelir 1,621,922 bin ABD doları tutarında gerçekleşmiştir (Uluslararası Sağlık Hizmetleri Anonim Şirketi (USHAŞ), 2024).

İlk örneklerinin görüldüğü antik çağda, kişiler, su tedavisi, sıcak su banyoları gibi tedaviler için termal kaplıcaları ziyaret etmeye başlamışlar ve Orta Çağ döneminde ise manastırlar ve hastaneler, hastalara hizmet sunmuştur. (Das, 2017, s. 1-10). Değişen dünya standartları ile insanların seyahat etmeleri kolaylaşmış ve gelişmiş sağlık hizmetleri sağlık turizmini daha ulaşılabilir kılmıştır (Morrison, 2013). Sağlık turizminde meydana gelen yükseliş, sağlık bakımının kişiselleştirilmesi, teknolojiye bağımlılığın artması, sağlık kaynaklarına erişimde eşitsizlik, sağlık hizmetlerinin küreselleşmesi gibi konuları gündeme getirmiştir (Connell, 2006, s. 27).

Günümüzde bireyler standart check-up uygulamalarından, diş tedavilerine, kozmetik cerrahiden, kompleks ameliyatlara kadar çeşitli sağlık hizmetlerine erişmek için farklı ülkelere seyahat etmektedir. Bu süreçte, sağlık hizmeti sunan insan kaynaklarının kalitesi, sağlık turistlerinin deneyimlerini büyük ölçüde şekillendirmektedir. Sağlık turizmi açısından bir ülkenin çekiciliği, yalnızca sahip olduğu maddi kaynaklar ve doğal güzellikler ile sınırlı değildir; bu unsurları etkin bir şekilde değerlendiren insan ve organizasyon gücü de kritik bir rol oynamaktadır (Tapia vd., 2022, s. 115-138). İnsan kaynakları yönetimi ise, işletmenin belirlediği hedeflere ulaşabilmesi için gerekli olan personelin seçilmesi, geliştirilmesi, eğitilmesi, motive edilmesi ve değerlendirilmesi süreçlerini içermektedir (Armstrong, 2017). Sağlık turizminin sürdürülebilirliği ve verilen hizmetin kalitesi yalnızca sunulan sağlık hizmetinin niteliği değil aynı zamanda hizmeti sağlayan insan kaynaklarının yeterliliği ile de doğrudan ilişkilidir. Bu noktada işletmeler açısından yoğun rekabetin yaşandığı sağlık turizmi piyasasında üstünlük sağlayabilmek; değişime açık, kendini geliştirebilen, esnek ve bilgi üretip paylaşan insan kaynağına sahip olmak ve bunu yönetebilmektir (Tapia vd., 2022, s. 115-138). Literatürde sağlık turizmi üzerine yapılan çalışmalarda genellikle sağlık hizmetinin sunumu ve pazarlama stratejileri üzerine odaklanılmış olup, sağlık turizminde insan kaynaklarının rolü ve nitelikleri üzerine yapılan çalışmaların sınırlı olduğu gözlemlenmiştir (İyem, vd., 2020). Sağlık sektörü yoğun emek gerektiren bir sektördür. Sektördeki hizmet sunumunun kaliteli bir şekilde yürütülebilmesi için hizmet sunan personelin yeterli donanıma sahip olması gerekmektedir. Bu nedenle sağlık turizmi alanında çalışan insan kaynağının niteliği oldukça önemlidir. Bu çalışma, sağlık turizminde insan kaynaklarının önemi, rolü ve niteliklerini belirleyecek olup insan kaynağı profilinin çizilmesi hedeflenmiştir.

2. YÖNTEM

Nitel araştırma yöntemlerinden durum çalışması deseni kullanılarak çalışma gerçekleştirilmiştir. Durum çalışması deseninde bir duruma ilişkin etkenler (ortam, bireyler olaylar, süreçler vb.) bütüncül bir yaklaşımla araştırılır. İlgili durumu nasıl etkiledikleri ve ilgili durumdan nasıl etkilendikleri üzerine odaklanılır. Dolayısıyla bu çalışmada sağlık turizmi sürecinde meydana gelen değişimleri ve süreçleri anlamak için durum çalışması deseni kullanılmıştır. Eylül 2023- Haziran 2024 tarihleri arasında İstanbul ilinde bulunan ve her branştan hizmet sunan orta ve büyük ölçekli özel hastanelerin sağlık turizmi sektöründeki yöneticileri ve insan kaynakları uzmanları ile derinlemesine yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Yapılan görüşmeler katılımcıların onayı alınarak yüz yüze ve online Zoom programı aracılığıyla gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmada amaçlı örneklem yöntemlerinden biri olan kartopu örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Konu ile ilgili bilgi sahibi olan kişilere görüşme yapan kişilerin yönlendirmesi ile ulaşılmıştır. Dolayısıyla süreç içerisinde araştırmaya dahil edilecek isimler belirlenerek ilerlenmiştir. Örneklem büyüklüğü hesaplamasında araştırmanın odağı ve veri miktarı ilkeleri göz önünde bulundurularak 17 katılımcı olarak hesaplanmıştır. İki katılımcı ile pilot çalışma gerçekleştirilmiş ve 15 katılımcı sonrasında verilerin kendini tekrarlamaya başlaması ile doygunluğa ulaşılıp ulaşılmadığını belirlemek için iki katılımcı ile daha görüşme gerçekleştirilerek toplamda 17 katılımcıya ulaşılmıştır. Yarı yapılandırılmış soru formu araştırmanın amacına uygun

olarak literatür kapsamında araştırmacılar tarafından oluşturulmuştur (Gülmez ve Köse, 2012). Görüşmeler ortalama 30 dakika sürmüş olup araştırmacılar görüşme sırasında hiçbir müdahalede bulunmamış ve yönlendirme yapmamıştır.

3. VERİLERİN ANALİZİ

Görüşmeler, Microsoft Office Word programında bire bir yazıya dökülerek, toplam 355 dakika ve 12.806 kelime elde edilmiştir. Veriler "içerik analizi" yöntemi kullanılarak tümevarımcı analiz yaklaşımı çerçevesinde araştırmacılar tarafından değerlendirilmiştir. İki değerlendirici tarafından kodlamaların uyumu Fleiss Kappa uyum testi ile değerlendirilmiş olup uyum oranı %96, Kappa değeri ise 0,778 ($p<0.05$) olarak bulunmuştur. İki değerlendirici arasındaki yüksek düzeydeki uyum istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($p<0.05$). Katılımcılar ile gerçekleştirilen görüşmeler, bilgisayar destekli bir nitel veri analiz programı olan MAXQDA Analytics Pro ile analiz edilmiştir. Elde edilen bilgiler anlamlı bölümlere ayrılarak her bölümün kavramsal olarak ne ifade ettiği tespit edilmiş ve bölümler araştırmacılar tarafından isimlendirilerek kodlanmıştır. Tüm veriler kodlanarak bir kod listesi oluşturulmuş ve bu kodlar belirli kategoriler altında toplanarak temalar haline dönüştürülmüştür.

4. ETİK YÖN

Bu çalışma 03.05.2023 tarihinde 8. Uluslararası Sağlık Bilimleri ve Sağlık Yönetimi Kongresinde sunulan ve tam metni bildiriler kitabında yayınlanmayan "Sağlık Turizminde İnsan Kaynaklarının Rolü ve Niteliklerinin İncelenmesi: Nitel Bir Araştırma" başlıklı bildiriden hazırlanmıştır. Çalışma için Sağlık Bilimleri Üniversitesi Etik kurulundan 23/221 sayılı ve 07.04.2023 tarihli etik kurul onayı alınmıştır. Görüşmelere başlamadan önce, araştırmanın amacı içeriği gibi konular katılımcılara anlatılmıştır. Katılımcıların araştırma için alınan bilgilerinin gizli tutulacağı, izni alınarak ses kaydı alınacağı ve araştırmaya katılımın gönüllülük esasına dayandığı bildirilmiştir. Katılımcıların isimleri K1, K2, K3…K17 şeklinde kodlanmıştır.

5. ARAŞTIRMANIN KISITLILIKLARI

Araştırmanın kısıtlılıkları arasında, veri toplama sürecinde katılımcılara ulaşmada ve kurum izni alınmasında yaşanan zorluklar veri çeşitliliğini kısıtlamıştır. Ayrıca, nitel verileri yorumlamadaki öznellik araştırmacının bakış açısına bağlı olarak değişmesi araştırmanın diğer bir kısıtlılığıdır.

6. BULGULAR

Katılımcıların sosyodemografik özellikleri tablo 1'de detaylı bir şekilde sunulmaktadır.

Tablo 1. Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri

Özellik	Kategori	n	Yüzde (%)
Yaş	20-30 arası	10	59
	31- 40 arası	4	24
	41 ve üzeri	2	12
	50 ve üzeri	1	6
Cinsiyet	Kadın	6	35
	Erkek	11	65
Eğitim Düzeyi	Lise Mezunu	1	6
	Lisans Mezunu	11	65
	Yüksek Lisans ve Üzeri	4	24
Görev	Uluslararası Hasta Merkezi Müdürü	10	59
	Tercüman	2	12
	İnsan Kaynakları Sorumlusu	5	29
Meslekte Geçirilen Süre	1-5 yıl	12	71
	6-10 Yıl	2	12
	10 Yıl ve Üzeri	3	18

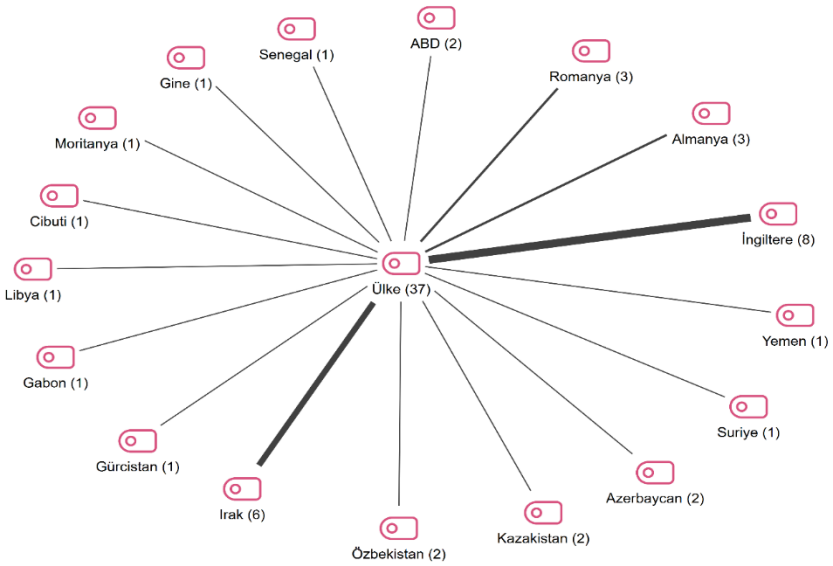
Özellik	Kategori	n	Yüzde (%)
Bildiği Diller (Birden Fazla)	Hint-Avrupa Dil Ailesi (İngilizce, Rusça)	16	94
	Arapça	3	18
	Türk Dilleri Ailesi (Azerice, Özbekçe)	5	29

Araştırmada yer alan 17 katılımcının (E=11, K=6) yaş ortalaması 31,47'dir (minimum=24, maksimum=50). Katılımcıların büyük çoğunluğunu erkekler (%65) ve lisans mezunları (%64,7) oluşturmaktadır. Uluslararası Hasta Merkezi çalışanlarının (%94) büyük çoğunluğunu oluşturduğu katılımcıların meslekte geçirilen süresi ortalama 6,5 yıldır.

Çalışmada; ülke, hizmet, tercih edilme (hastane ve Türkiye), hasta beklentileri, bölgeye göre beklentiler, engeller, insan kaynağının rolü ve çalışan insan kaynağı, personel nitelikleri, iletişim, mevcut ve nadir karşılaşılan diller, kültür farklılığı, personel kriterleri, mevcut pozisyonlar, destekleyici eğitimler, ders içerikleri ve tavsiye olmak üzere 19 ana tema ortaya çıkmıştır.

6.1. Hastaneye Sağlık Turizmi Alanında Talepte Bulunan Ülkeler

Şekil 1. Ülke Teması



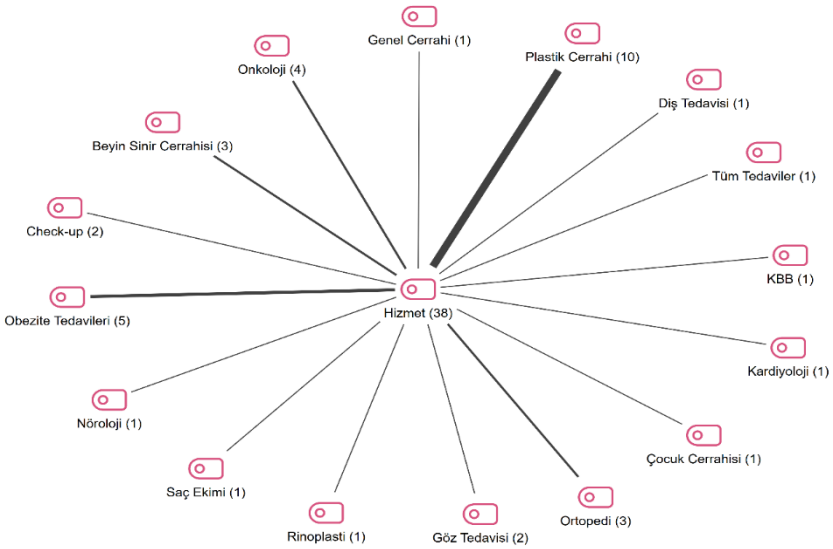
Çalışmamızda sağlık turizmi alanında en fazla talebin hangi ülkelerden geldiğini anlamak için katılımcılara sorular yöneltildi. Aldığımız cevaplar sağlık turistlerinin çoğunlukla Türkiye'nin komşu ülkelerinden ve sağlık hizmetlerinin yüksek maliyetlere sahip olduğu ifade edilen ülkelerden geldiğini göstermiştir. Özellikle yakın coğrafi konumu nedeniyle Orta Doğu ve Orta Asya ülkelerinden, sağlık hizmetine olan talebin yoğun olduğu gözlenmiştir. Ayrıca sağlık hizmetleri maliyetlerinin yüksek olduğu özellikle batı Avrupa ve Amerika bölgelerinden gelen sağlık turistlerinin de Türkiye'yi tercih ettiği anlaşılmıştır. Bunun yanı sıra sağlık hizmetlerine erişimin kısıtlı olduğu Afrika gibi bölgelerden Türkiye'ye sağlık turisti geldiği gözlemlenmiştir. Katılımcılara sorduğumuz "Hastanenize sağlık turizmi alanında en çok hangi ülkelerden talep var?" sorusuna katılımcılar;

> "Almanya, Gürcistan, Arnavutluk, Kosova ve Orta Doğu ülkeleri yakınlık dolayısıyla sağlık turizmi kapsamında Türkiye'yi tercih ediyor (K1),"
>
> "Özellikle Amerika, Kanada ve Avrupa ülkeleri gibi sağlık hizmeti sunumunun daha pahalı olduğu ülkelerden sağlık turisti alıyoruz (K3),"
>
> "Hastanemize özellikle Afrika Bölgesi, Kongo, Gine ve Senegal gibi az gelişmiş veya gelişmekte olan ve sağlık hizmetine ulaşmada sorun yaşayan ülkelerden sağlık turisti geliyor (K5)," şeklinde cevap vermişlerdir.

Bu bulgular aynı zamanda coğrafya ve ekonomik faaliyetlerin sektörü nasıl şekillendirdiğini de ortaya koymaktadır.

6.2. Hastanenizde Sağlık Turizmi Alanında Talep Edilen Hizmetler

Şekil 2. Hizmet Teması



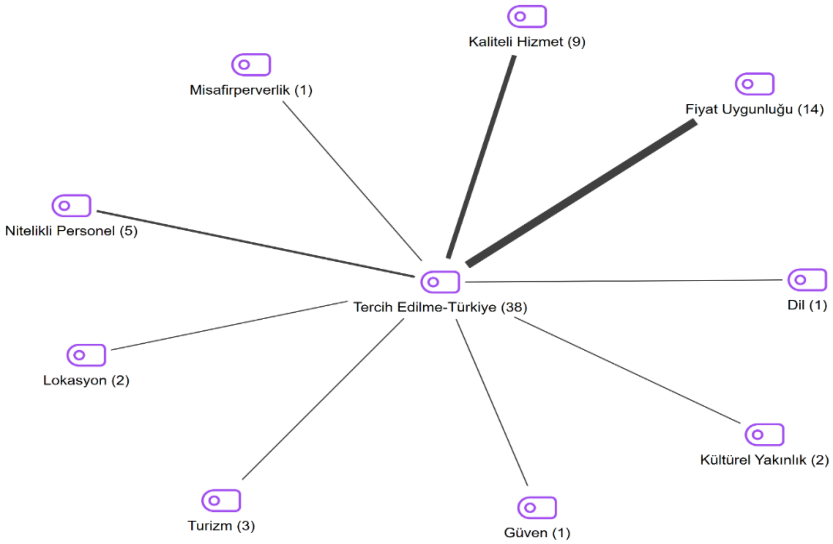
Sağlık turizmi alanında tercih edilen hizmetleri katılımcılar, plastik cerrahi, obezite cerrahisi, onkoloji, beyin ve sinir cerrahisi, ortopedi, göz tedavisi, check-up, nöroloji, diş, kardiyoloji, çocuk cerrahisi, rinoplasti ve saç ekimi şeklinde ifade etmişlerdir.

> "Estetik, genel cerrahi, onkoloji ve beyin sinir cerrahisi (K5),"
> "Check-up, kulak burun boğaz ameliyatları, obezite tedavileri, beyin sinir cerrahisi (K12),"
> "Saç ekimi, rinoplasti, mide ameliyatı, göz lazeri (K8),"
> "Kanser cerrahisi ve tedavisi, kardiyoloji (K16)," şeklinde cevap vermişlerdir.

Sunulan hizmetlerin çeşitliliği sağlık turizmi kapsamında ülkemizin bu alanda oldukça geniş bir yelpazeye sahip olduğunu göstermektedir.

6.3. Türkiye'nin Sağlık Turizmi Alanında Tercih Edilmesindeki Unsurlar

Şekil 3. Tercih Edilme Teması (Türkiye)



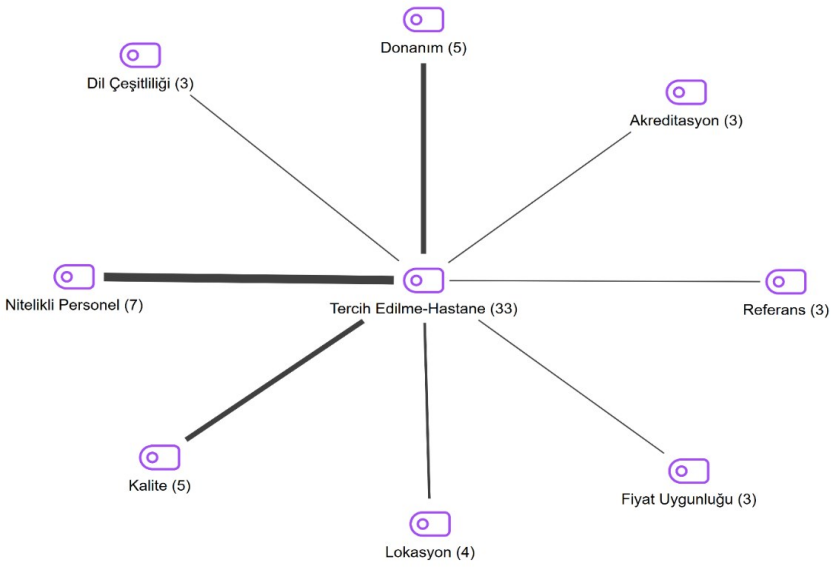
"Türkiye'nin sağlık turizmi alanında tercih edilen bir destinasyon olmasında en önemli unsurlar nelerdir" sorusuna katılımcılar;

> "Kaliteli iş gücü, sağlık personeli kalitesi (K12),"
>
> "Kaliteli personel, konumumuzun uygunluğu ve ülkemizin coğrafi güzellikleri ile sağlık hizmeti almaya gelen hastaları cezbediyoruz. Fiyat uygunluğu ve sağladığımız koşullar oldukça iyi (K4),"
>
> "Tercih edilen bir destinasyon olmamızda en önemli etken fiyat avantajı aynı zamanda teknoloji ve ekipman anlamında da oldukça donanımlı bir ülkeyiz (K7),"
>
> "Hizmet sunumunda yer alan doktorların nitelikli bir ekip ile çalışması aynı zamanda kaliteli hizmet ve iyi satış yapılması (K8),"
>
> "En önemlisi sunduğumuz kaliteli hizmetin dünya ile yarışır olması ve uygun fiyat politikası (K14),"
>
> "Erişim kolaylığı, kalifiye personel, kaliteli hizmet, uygun tedavi maliyetleri, modern tıbbi teknoloji, bekleme süresinin olmaması, eşlik eden turistik faaliyetlerin çeşitliliği (K15),"
>
> "Sağlık sektörünün çok gelişmiş olması, kaliteli sağlık iş gücü, Türkiye'nin kültürel ve tarihsel yapısı, fiyat uygunluğu (K17)," şeklinde cevap vermişlerdir.

Bu noktada katılımcıların çoğu Türkiye'nin sağlık turizmi açısından tercih edilmesinde en önemli faktörlerin başında uygun fiyatların olduğundan bahsetmiş, bunun yanı sıra, kaliteli hizmet, nitelikli sağlık personeli, turizm faaliyetleri, coğrafi ve kültürel yakınlık Türkiye'nin tercih edilmesinde etkin bir rol oynadığını belirtmişlerdir.

6.4. Hastanenizin Sağlık Turizmi Alanında Tercih Edilme Nedeni

Şekil 4. Tercih Edilme Teması (Hastane)



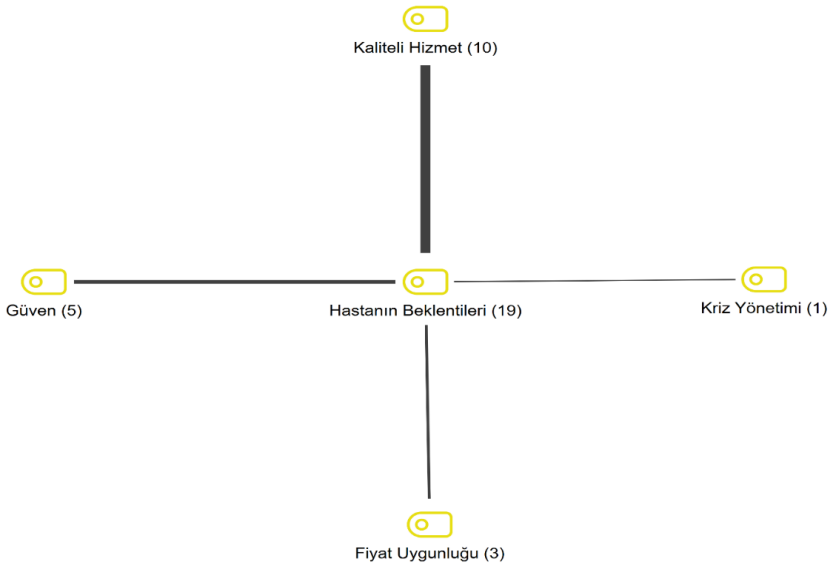
"Hastanenizin sağlık turizmi alanında tercih edilmesinde en önemli faktörler nelerdir" sorusuna katılımcılar;

> "Erişim kolaylığı (havalimanına yakınlık), zincir hastane olunması, kaliteli hizmeti uygun tedavi maliyetleri ile sunabiliyor olması, deneyimli ve birçok dilde tercüme imkânı sunabilen uluslararası ekip (K15)," şeklinde cevap vermişlerdir.

Katılımcıların çoğu benzer ifadelerde bulunmakla birlikte, hastanelerinin sağlık turizmi alanındaki tercih edilme nedenlerinden bazılarının nitelikli personel olduğunu, doktor ve sağlık personelinin uzmanlık alanlarındaki tecrübeleri ve profesyonel yaklaşımlarının bu noktada önemli olduğunu vurgulamıştır. Bunun yanı sıra katılımcılar, hastanelerinin sağlık turistlerinin yüksek standartta hizmet alma beklentilerini karşıladığı için tercih edildiğini belirtmiştir. Ayrıca katılımcılar, hastanelerinin tercih edilmesi noktasında sahip oldukları teknolojik ekipmanlar ve altyapı, sağlık turizmi hizmetlerinin kalitesini artırdığını ve bu yüzden tercih edildiklerini belirtmişlerdir.

6.5. Sağlık Turizmi Hastasının Beklentileri

Şekil 5. Hasta Beklentileri Teması



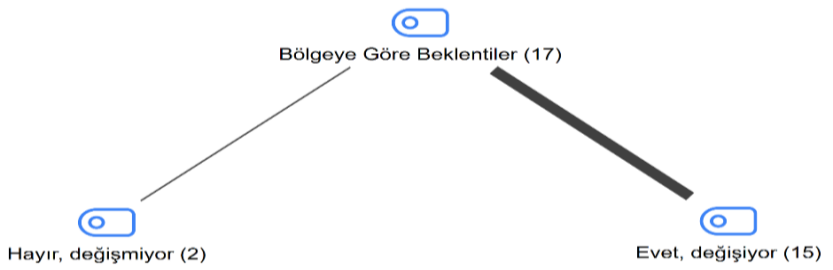
Katılımcılar sağlık turizmi hastalarının beklentilerinin yüksek standartlarda ve kaliteli sağlık hizmeti almayı öncelikli bir beklenti olarak gördüklerini belirtmiştir. "Sağlık turizmi hastasının beklentileri nelerdir? Bu beklentilere cevap vermekte zorlandığınız hususlar var mı? Nasıl baş ediyorsunuz?" sorusuna katılımcılar;

> "Hasta almak istediği tedavinin başarılı bir şekilde sonuçlanmasını ister. Ücret konusunda düşünürler (K8),"
>
> "İyi bir hizmet bekliyor hasta. Doktorun hastaya verdiği güven ve kaliteli bir sağlık hizmeti öncelikli beklentileri arasında yer alıyor (K1),"
>
> "Kendi dilinde hizmet alabiliyor olmak, VIP hizmet, bekleme süresinin olmaması hastaların önemli beklentilerinden olup, Sağlık Grubumuz bünyesinde cevap vermekte zorlandığımız bir husus bulunmamaktadır (K15),"
>
> "Öncelikli hedef, hastanın sağlığına ulaşması onun içinde başarısı kanıtlanmış iyi bir ekibin olduğunu denetlenen ve sertifikalandırılmış hastaneler bekliyor ilk hedefledikleri bunlar. Onun dışında bazen mahremiyet beklentileri olabiliyor. Bazen ek turistik avantajlardan faydalanmak istiyor kişiler. Bazen kendi ülkelerinde ulaşamadıkları deneysel bazlı tedaviler için Türkiye'ye gelebiliyorlar. Ayrıca yüksek kalite, düşük fiyat bunlar beklentileri esas belirleyen faktörler (K14)," şeklinde cevap vermişlerdir.

Bunun yanı sıra sağlık turizmi hastalarının, tedavi süreçleri içerisinde kendilerini güvende ve rahat hissetmeleri, fiyat uygunluğu ve kriz yönetimi diğer beklentileri arasındadır.

6.6. Sağlık Turizmi Hastasının Geldiği Ülkeye/Bölgeye Göre Beklentilerinin Değişimi

Şekil 6. Bölgeye Göre Beklentiler Teması



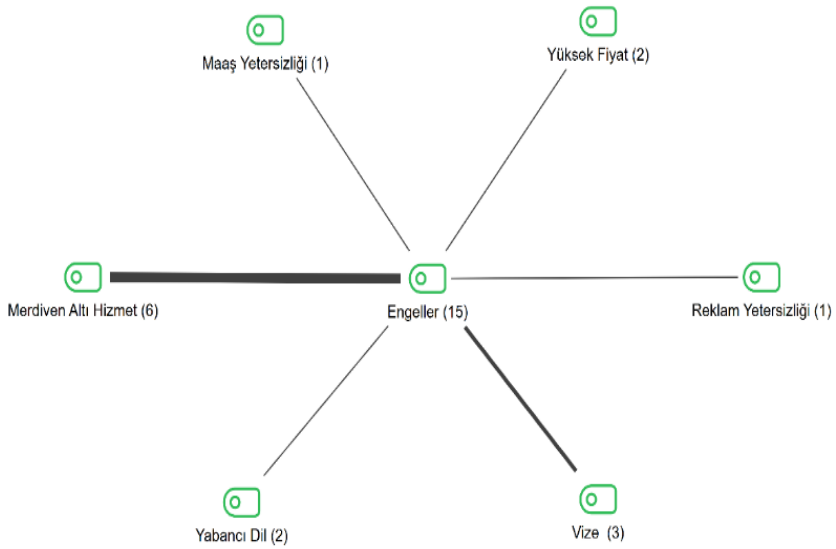
"Sağlık turizmi hastasının geldiği ülkeye/bölgeye göre beklentileri değişiyor mu" sorusuna katılımcılar;

> "Değişiyor tabi. Mesela Avrupa'dan gelenler bazen ön plana hızı koyuyor. Siz ne kadar o işi çabuk bitirirseniz kendi ülkelerinde üç ay altı ay sonra yapabildikleri şeyi siz bir günde yapabiliyorsanız kişi uçağa binip geliyor bir günde yaptırıp ülkesine geri dönüyor. Hız önemli, kaliteye bakıyorlar. Daha az gelişmiş ülkelerden gelenler kendi ülkelerinde bulamadıkları hizmet için geliyorlar (K14),"
>
> "Çok değişiyor. Herkesin etnik ve coğrafi yapıdan dolayı istekler farklı oluyor (K11),"
>
> "Kesinlikle değişiyor. Ülkelerinde o hizmet olmadığı için geliyorlar. İyi bir ameliyat için buraya geliyorlar mesela Avrupalı hastalar ucuz olduğu için geliyorlar (K12)," şeklinde cevap vermişlerdir.

Katılımcıların çoğu sağlık hizmeti almak için gelen sağlık turistlerinin geldikleri coğrafi konuma göre beklentilerinin farklı olduğunu belirtmişlerdir.

6.7. Ülkemizde Sağlık Turizminin Önündeki Engeller

Şekil 7. Engeller Teması



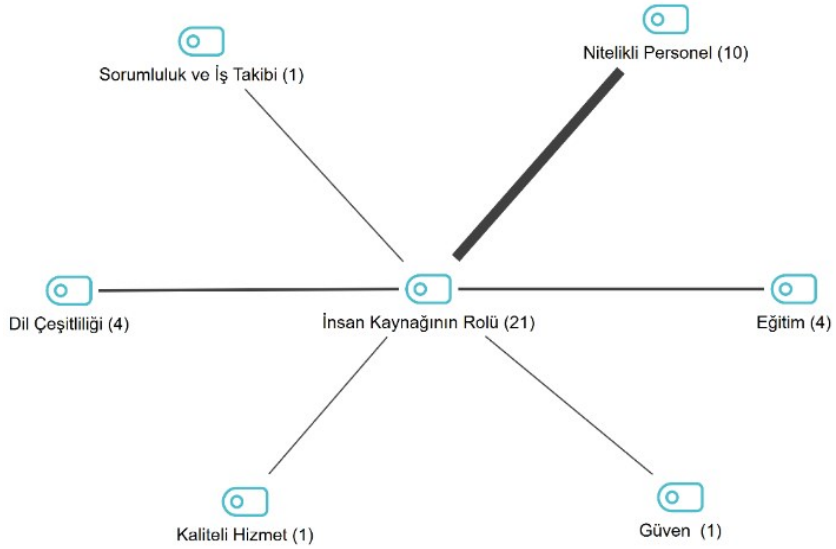
Katılımcıların büyük bir kısmı ülkemizde sağlık turizmi sektörünün önündeki engeller olarak merdiven altı yapılanmanın büyük bir sorun olduğuna vurgu yapmışlardır. Bu tür merdiven altı hizmetlerin hem hasta memnuniyetleri hem de ülkemizin sağlık turizmi imajında olumsuz etki yarattığını belirtmişlerdir. "Ülkemizde sağlık turizminin önündeki engeller nelerdir? Geliştirilmesi için çözüm önerileriniz nelerdir?" sorusuna katılımcılar;

> "Konjonktürel gelişmeler, vize rejimi, doğal afet ve salgınlar, merdiven altı tabir edilen yerlerin artması ve denetimlerin istenen seviyede olmaması (K15),"
>
> "Kalitesiz merdiven altı işlemler, özel hastanelerin hasta kapmak için fiyat politikasını düşürmesi, karlılık oranlarını azaltması. Çok ciddi bir komisyon piyasasının olması. Devlet politikalarının özel sektörün önünü kesecek politikalar olması. Devletin özel sektörü desteklemesi lazım (K14),"
>
> "Bu işin ehli olmayan veya suistimal eden kişiler tarafından yapılması. Çok fazla kliniklerin sağlık turizmi içine girmesi hizmet kalitesinin sağlanmaması. Daha çok denetlenmeli (K12)," şeklinde cevap vermişlerdir.

Katılımcılar vize alma süreçlerinde yaşanılan sorunlara dikkat çekmiş ve vize alma sürecinin karmaşık ve zaman alıcı olmasının ülkemizin sağlık turizmi alanındaki engellerden biri olduğunu ayrıca belirtmişlerdir.

6.8. Sağlık Kurumunun Sağlık Turizminde Başarılı Olmasında İnsan Kaynaklarının Rolü

Şekil 8. İnsan Kaynağının Rolü Teması



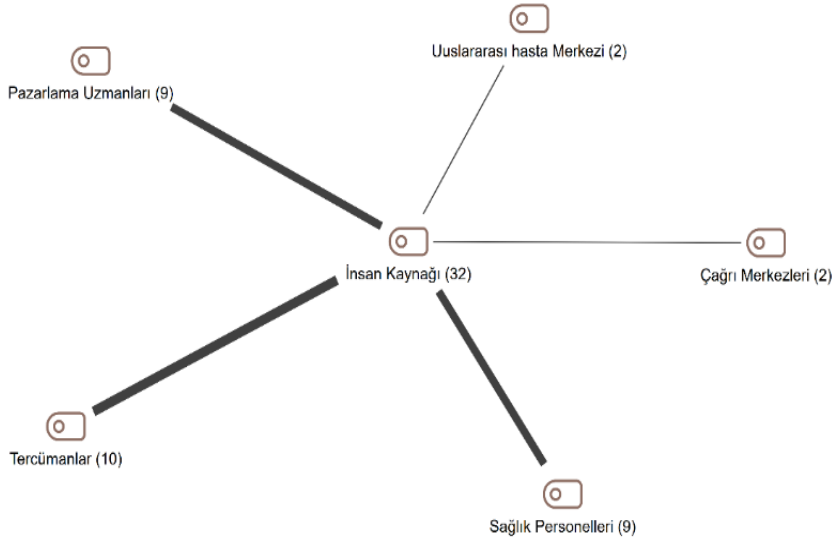
"Sağlık kurumunun sağlık turizminde başarılı olmasında insan kaynağının rolü nedir?" sorusuna katılımcılar;

> "İnsan Kaynakları Uzmanları veya görevlilerinin temel görevlerinden biri işe alımdır işe alımlarımızda doğru işe doğru adayın yerleştirilmesi bu noktada büyük önem arz etmektedir. Kurumların başarı kazanabilmesi için başarılı ekiplere sahip olması gerekmektedir. İnsan kaynaklarının buradaki rolü doğru ekipleri kurmak uygun nitelikleri bir araya getirmektir. Mevcut ekiplerin kurum bağlılığını attırmak. Mutlu çalışanlar eşittir verimli işler tüm bu süreçlerde insan kaynaklarının rolü büyük ve önemlidir (K15),"
>
> "Öncelikle farklı dilleri bilen kişilerin çalışması lazım ve karşılıklı iyi bir çalışma ortamı olması gerekmektedir. Ulaşılan kişilerin sayısı ve çalışma arkadaşlarının iyi seçilmesi oldukça önemli (K8)," şeklinde cevap vermişlerdir.

Katılımcıların çoğu kurumun sağlık turizmi sektöründe başarıyı yakalayabilmesi ve kaliteli hizmet sunumunu sağlayabilmesi için nitelikli personelin önemini vurgulamıştır. Bunun yanı sıra sağlık personelinin güncel sağlık uygulamalarına, sağlık teknolojilerine ve uluslararası standartlara uyum sağlayabilmek için eğitimin gerekli olduğunu vurgulamışlardır. Katılımcılar aynı zamanda sağlık personeli ile hasta arasında dil bariyerinin olmaması adına kurumda bulunan personelin dil çeşitliliği anlamında yetkin olmasına dikkat çekmiştir.

6.9. Sağlık Turizminde Çalışan İnsan Kaynağı

Şekil 9. İnsan Kaynağı Teması



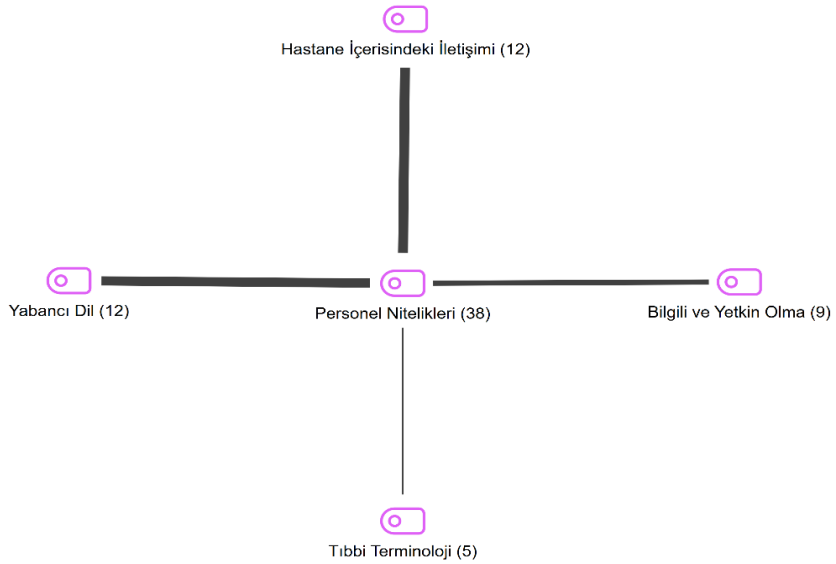
"Sağlık turizminde çalışan insan kaynağı kimlerden oluşuyor?" sorusuna katılımcılar;

> "Tercümanlar, pazarlama ekibi, acente ilişkileri uzmanı, kurumsal görüşmeleri sağlayan protokol sorumlusu ve çağrı merkezleri (K5),"
>
> "Yöneticiler, pazarlama ve reklam elemanları, tercümanlar, sağlık personeli, hasta transfer sağlayıcılar (K17)," şeklinde cevap vermişlerdir.

Katılımcılar sağlık turizmi bünyesinde yer alan personelin çeşitliliğine dikkat çekmiştir. Sağlık turizminin geniş bir alana hitap etmesi nedeni ile personelin çeşitliliği bu noktada önemli olduğuna dikkat çekmişlerdir. Sağlık turizminde çalışan insan kaynağının önemli bir parçası olarak tercümanlar belirtilmiştir.

6.10. Sağlık Turizmi Alanında Çalışan İnsan Kaynağı Hangi Becerilere Sahip Olmalı

Şekil 10. Personel Nitelikleri Teması



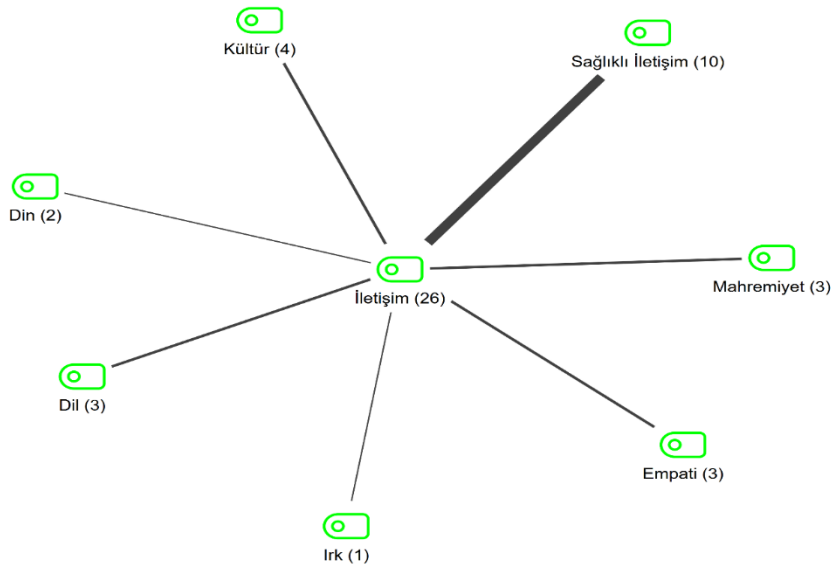
"Sağlık turizmi alınanda çalışan insan kaynağı/personeli hangi becerilere sahip olmalı? Neyi çok iyi bilmeli? Hangi konularda bilgili ve yetkin olmalı?" sorusuna katılımcılar;

> "Tıbbi terminoloji, dil, hastanedeki bölge sorumluları bu süreci yönetiyor ve çalışan kişinin bir hedef pazar kitlesi olması gerekiyor ve çalıştığı birimi çok iyi bilmesi gerekiyor. Genellikle sorumlu olduğu bölgenin kültürüne ve bütün özelliklerine çok iyi bir şekilde hâkim olması ve görevli olduğu bölgeleri bilmesi gerekiyor (K2),"
>
> "Birinci konu kesinlikle dili iyi biliyor olmalı. Hem okuryazarlık hem de konuşma anlamında ikincisi tıbbi terminolojiye yakın ya da hâkim olmalı. Multi kültürel davranabiliyor olmalı. Çünkü çok farklı kültürdeki insanlara hizmet vermemiz gerekiyor. Hizmet sektörünün gereklerine haiz olması gerekiyor. Sahada hizmetin nasıl verileceğine dair de bir beceri ya da aşinalığa sahip olması gerekiyor (K16),"
>
> "Sağlıkla ilgili bir alandan mezun olmalı. Dil bilmeli, güler yüzlü, konuşkan ve sabırlı olmalı (K9),"
>
> "İletişim becerilerinin çok gelişmiş olması lazım. Farklı kültürlere açık olmalı. Kültürlerarası iletişimi çok iyi bilmeli. Tıbbi terminolojiye hâkim olmalı ve hasta iletişimini bilmeli (K12)," şeklinde cevap vermişlerdir.

Katılımcılar sağlık turizmi alanında çalışan personelin yabancı dil bilmesinin, personelin nitelikli ve yetkin becerilerle donanmış, tıbbi terminolojiye hâkim ve güçlü iletişim becerilerine sahip olmasının önemli olduğunu belirtmişlerdir.

6.11. Çalışanların Hastalar ile Olan İletişiminde Dikkat Etmesi Gerekenler

Şekil 11. İletişim Teması



Katılımcılar, hastaların ihtiyaçlarını ve endişelerini doğru bir şekilde anlamak ve onlara uygun bilgi ve destek sunmak için çalışanların hastalarla etkili ve sağlıklı bir iletişim kurmalarının kritik önem taşıdığını belirtmişlerdir. "Sağlık turizminde çalışanların hastalar ile olan iletişimlerinde dikkat edilmesi gereken hususlar nelerdir?" sorusuna katılımcılar;

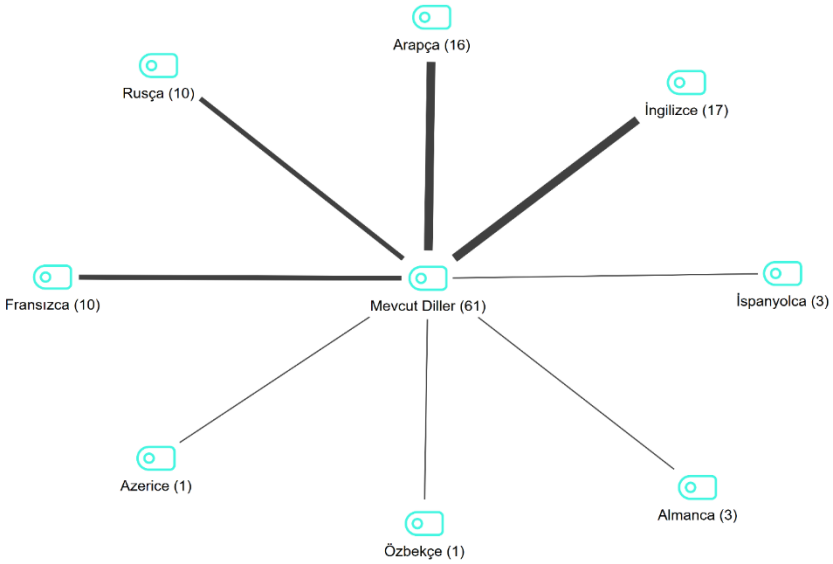
> "Hasta ile konuşurken bütün konuşmalarına dikkat etmek zorunda. Hasta olduğu için her an negatif bir durum oluşabilir. Sabırla dinleyip doğru cevap vermeliler (K9),"
>
> "Kültürel farklılıkları öğrenmek gerekiyor (K11),"
>
> "Tıbbi mahremiyet ve hasta iletişim kurarken verilen bilgiye uygun iletişim şeklinin kullanılması (K12),"

> "Birincisi hastalarla ana dili ile iletişim kurmak gerek ve bu iletişim sırasında hastanın mahremiyeti özel istekleri dikkate alınmalı. Hastaların dini ve sosyal ihtiyaçları farklı olabiliyor bunlar bireysel olarak değerlendirilmeli hatta hasta gelmeden önce bunların bir listesi oluşturulmalı hasta geldiğinde ona sunulmalı (K14),"
>
> "Çalışanlarımız hastalarla iletişim halindeyken her şeyden önce hastaya güvende olduğu hissiyatını vererek iletişime başlamalıdır (K15)," şeklinde cevap vermişlerdir.

Bunun yanı sıra kültürel farkındalığın ve duyarlılığın, hastaların kişisel bilgilerinin ve sağlık durumlarının gizli tutulması gibi mahremiyet içeren konularda saygı gösterilmesinin de iletişimde dikkat edilmesi gereken önemli bir husus olduğunu belirtmişlerdir.

6.12. Hizmet Dili

Şekil 12. Mevcut Diller Teması



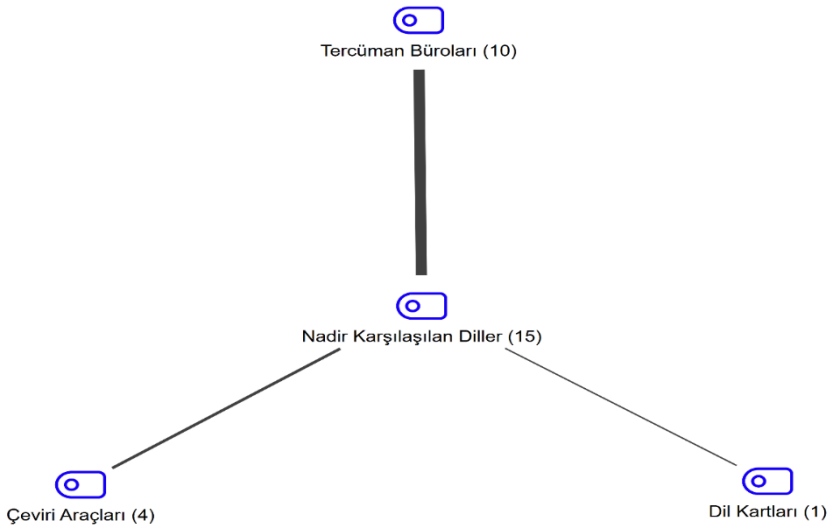
Katılımcıların büyük çoğunluğu "Çalıştığınız hastanede hangi dillerde hizmet veriyorsunuz?" sorusuna

> "İngilizce, Fransızca, Arapça, Almanca (K15),"
>
> "Arapça İngilizce Rusça Fransızca (K4),"
>
> "İngilizce, Arapça, Rusça (K11)," şeklinde cevap vermişlerdir.

Katılımcıların verdiği yanıtlara göre kurumlarında ağırlıklı olarak İngilizce, Arapça, Rusça ve Fransızca dillerinde hizmet verildiğini belirtmişlerdir.

6.13. Nadir Karşılaşılan Bir Dili Konuşan Hasta ile İletişim Kurma

Şekil 13. Nadir Karşılaşılan Diller Teması



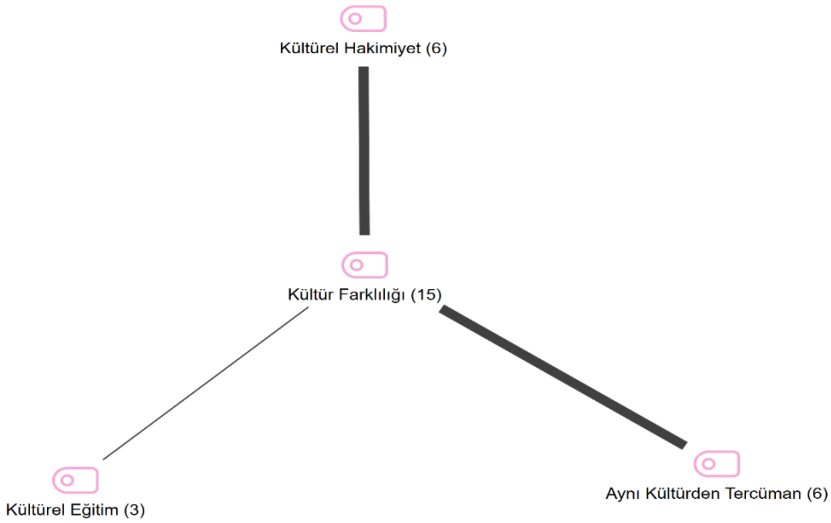
"İngilizce bilmeyen ve dünya üzerinde nadir olan dillerden birini konuşan hasta ile karşılaştığınızda nasıl bir çözüm yolu üretiyorsunuz?" sorusuna katılımcılar;

> "Yetkili firmalardan tercüman talep ediyoruz (K1),"
>
> "Dışarıdan anlaşma sağladığımız tercüme ofislerinden destek alıyoruz. Yazılı ve yeminli sözlü olarak firmalardan personel alıyoruz Fransızcanın kendi içinde 5 farklı lehçesi var (K2),"
>
> "Sağlık Grubumuz bünyesinde 16 farklı dilde hizmet sunmaktayız. Sağlık turizmi hastaları genellikle planlı olarak geldikleri için mutlaka dil bilen personel ile eşlik edilmektedir. Turistin sağlığı kapsamında, nadiren de olsa hizmet veremediğimiz bir dilde hasta başvurusu olduğunda, yakın lokasyondan hizmet aldığımız Tercüme büroları ile outsource hizmet alımı yapmamız gereken durumlar da olabilmektedir (K15)," şeklinde cevap vermişlerdir.

Katılımcılar, nadir dillerdeki iletişim sorunlarını çözmek için sıklıkla bağımsız tercüme bürolarına başvurduklarını belirtmişlerdir.

6.14. Hastalar ile Olan İletişimde Kültür Farklılıkları

Şekil 14. Kültür Farklılığı Teması



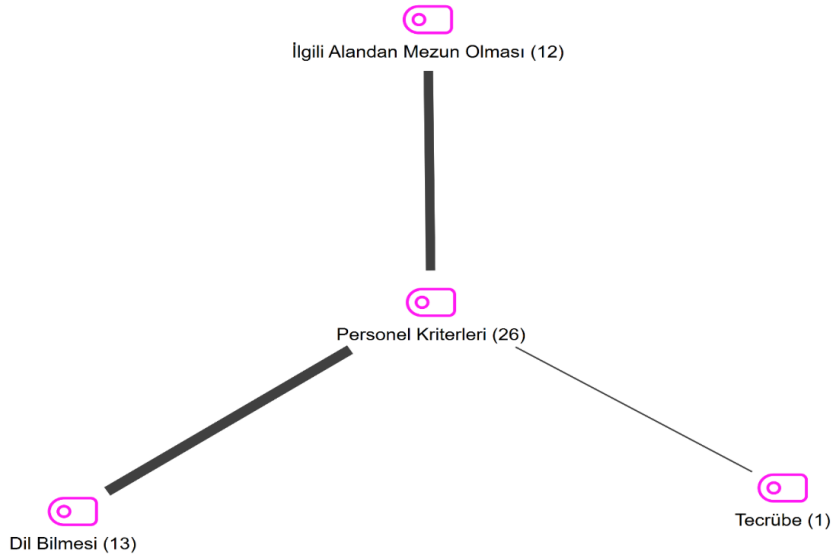
Katılımcılar, sağlık personelinin farklı kültürel arka planlardan gelen hastaların değerlerini, inançlarını ve iletişim tarzlarını anlamasını ve bu bilgilere dayanarak etkili bir iletişim kurmak için kültürel hakimiyete odaklandıklarını belirtmişlerdir. "Hastalar ile olan iletişiminizde kültür farklılıklarını nasıl yönetiyorsunuz?" sorusuna katılımcılar;

> "Uluslararası bir departman olduğumuz için her ülkenin kültürüne genel olarak hakimiz (K1),"
>
> "Hastaneye başlayan her personele kültürel eğitim veriyoruz. Çok milletli bir ofis olduğumuz için sorun olmuyor. Onlarla görüştürüyoruz. Arap toplumundan gelen kadın hastaya nasıl davranmalı, Avrupa profilinde nasıl davranmalı. Hoşgörülü anlayışlı olmaları hakkında eğitim veriliyor (K2),"
>
> "Yapabiliyorsak aynı kültürden tercüman vermeye çalışıyoruz yanında kendini iyi hissetsin diye. Onun dışında bizim hasta gelmeden hasta tercihlerini bildiren bir formumuz var hasta bunu dolduruyor biz buna göre hazırlık yapıyoruz (K14),"
>
> "Uluslararası Operasyon Hizmetlerinde çalışan personelin, sadece dil bilmesi değil o ülkelerin kültürlerini de çok iyi bilen oralarda doğmuş-yetişmiş veyahut da o ülkelerin vatandaşları arasından seçerek (K15)," şeklinde cevap vermişlerdir.

Bunun yanı sıra katılımcılar aynı kültürden tercümanlar, hastaların kültürel ve dilsel ihtiyaçlarını daha iyi anlayarak, iletişim sürecinde daha hassas ve etkili bir rol oynaması nedeniyle aynı kültürden tercüman kullanma stratejisini de uyguladıklarını belirtmişlerdir.

6.15. Sağlık Turizmi Birimine Personel Alımında Dikkat Edilmesi Gerekenler

Şekil 15. Personel Kriterleri Teması



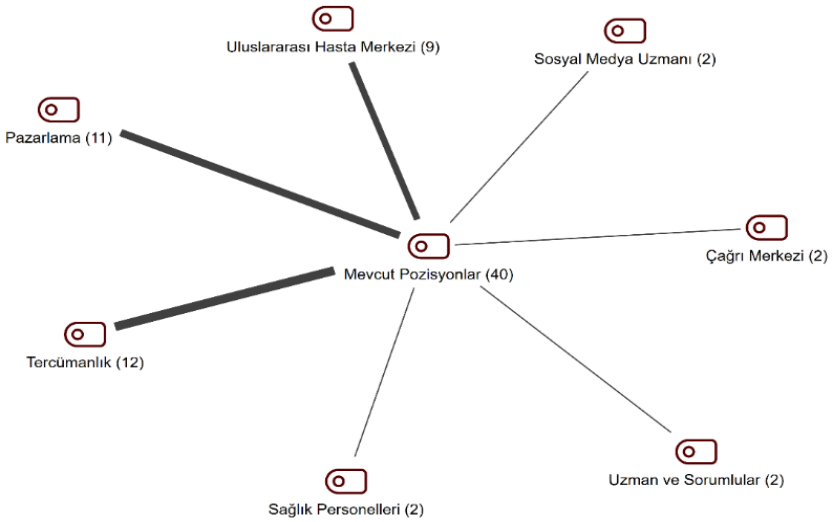
"Sağlık turizmi birimine personel alımı yaparken nelere dikkat ediyorsunuz? Hangi bölüm mezunlarına öncelik tanıyorsunuz?" sorusuna katılımcılar;

> "Sağlık bölümlerine öncelik tanıyoruz. Empati kurulması çok önemli o güveni hastaya vermek gerekiyor (K6),"
>
> "Sağlık ve mütercim tercümanlık bölümlerine ve bir ülkede bir süre yaşamış insanlara öncelik veriyoruz. Dil becerileri önemli (K5),"
>
> "Sağlık Turizmi Personellerinin öncelikle yabancı dil bilgisinin ana dili seviyesinde kullanabilir olması, iyi bir dinleyici olması organizasyon becerisinin gelişmiş olması satış pazarlama ikna kabiliyetinin gelişmiş olması önemlidir. Bölüm mezuniyeti bu alanımız için öncelikli olmamaktadır. Tıbbi terminolojiye hâkim iletişimi iyi yabancı dil bilgisi bulunan herhangi bir bölüm mezunu uygunluk sağlayabilir (K15)," şeklinde cevap vermişlerdir.

Katılımcılar kurumlara personel alımı yaparken dil bilmenin ve bunun yanı sıra ilgili alanlardan mezun olmanın önemli bir kriter olduğunu belirtmişlerdir.

6.16. Sağlık Turizmi Alanında Çalışmak İsteyenler İçin Pozisyonlar

Şekil 16. Mevcut Pozisyonlar Teması



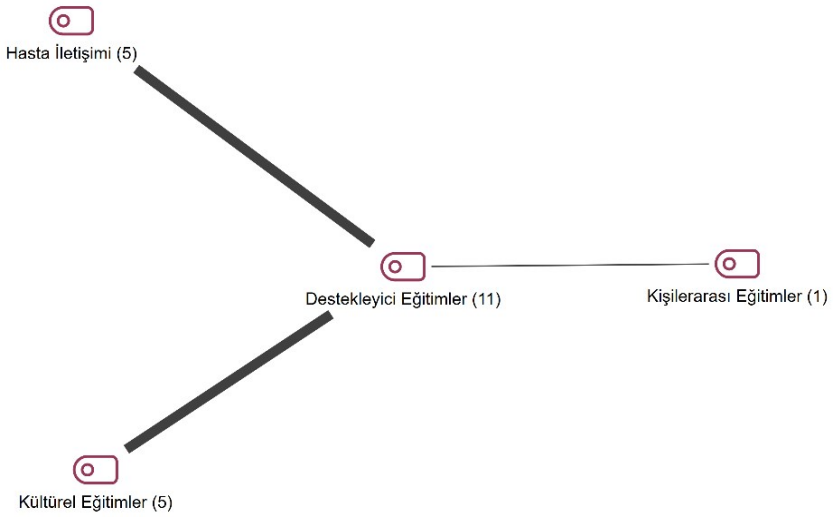
Katılımcılar uluslararası hastaların sağlık hizmetlerinden en iyi şekilde faydalanmalarını sağlamak amacıyla sağlık turizmi alanında çalışanlar için hastanede mevcut olan pozisyonlardan birinin uluslararası hasta merkezi olduğunu belirtmişlerdir. "Sağlık turizmi alanında çalışmak isteyen kişiler için hastanede hangi pozisyonlar mevcut?" sorusuna katılımcılar;

> "Tercümanlık, uluslararası hasta deneyimi yetkilisi, bölge pazarlama uzmanları ve uzman yardımcıları. Dijital satış, sosyal medya uzmanı koordinatör, ekip lideri ve sorumlu müdür (K2),"
>
> "Bölge uzmanları, uzman yardımcıları, tercüman, acenteler, sekreterler, çağrı merkezi fuarlardan sorumlu olan kişiler (K5),"
>
> "Tercümanlık, uluslararası sağlık turizmi, pazarlama, sosyal medya, dijital medya pazarlama, kurumsal pazarlama yöneticiliği (K17)," şeklinde cevap vermişlerdir.

Katılımcılar, hastanede sağlık turizmi alanında bir diğer önemli pozisyonun uluslararası hastalar ile sağlık personeli arasındaki dil engellerini aşarak etkili iletişim sağlayan tercümanlık biriminin önemine de vurgu yapmışlardır.

6.17. Personeli Destekleyici Eğitimler

Şekil 17. Destekleyici Eğitimler Teması

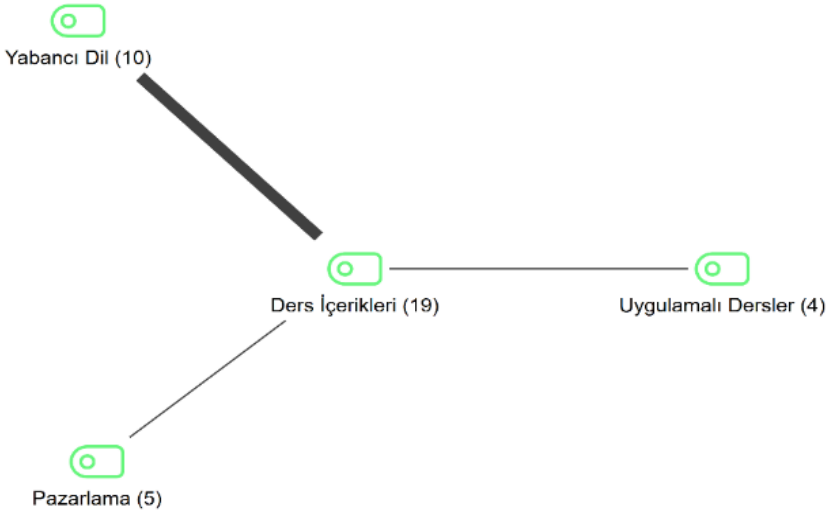


Katılımcılar bünyesinde bulunan personellerin her anlamda gelişimlerini sağlamak amacı ile onları destekleyici eğitimlerin önemine vurgu yapmışlardır. "Bu alanda personeli destekleyici hangi eğitimlere yer veriyorsunuz?" sorusuna katılımcılar;

> "Hasta iletişimi, hasta ile baş etme yolları, ofis programları kullanımı, sağlık yönetimi (K15),"
>
> "Hasta iletişimi, hasta ile baş etme yolları, ofis programları kullanımı, sağlık yönetimi (K17)", şeklinde cevap vermişlerdir. Ayrıca bu eğitimler arasında hasta iletişimi ve kültürel eğitimlerin önemli olduğunu belirtmişlerdir.

6.18. Sağlık Turizmi Alanını Destekleyici Ders İçerikleri

Şekil 18. Ders İçerikleri Teması



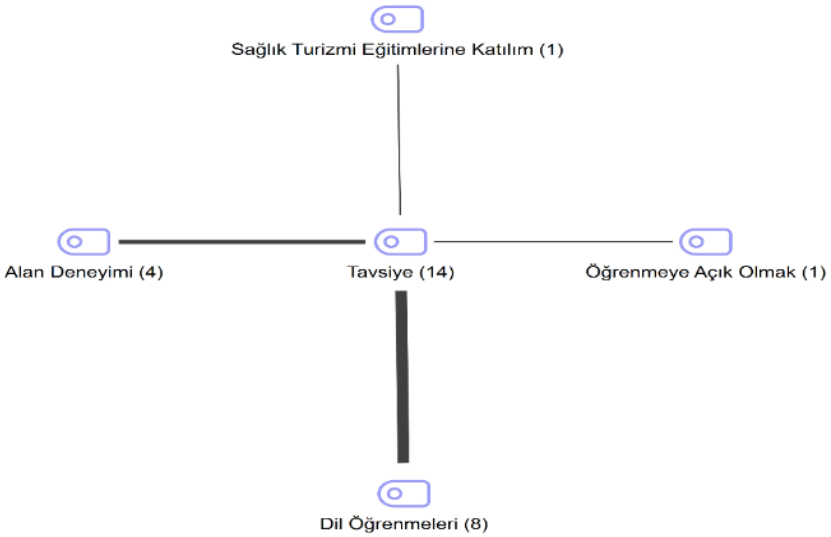
Katılımcılar, sağlık yönetimi bölümü öğrencileri için sağlık turizmi alanında ders içeriklerinin yabancı dil becerileri ile desteklenmesi gerektiğini vurgulamışlardır. "Sizce sağlık yönetimi bölümü öğrencileri için sağlık turizmi alanında ders içerikleri neler ile desteklenebilir?" sorusuna katılımcılar;

> "Dil, kültürlerarası ilişkiler ve pazarlama (K5),"
>
> "Türkiye'de en önemli eksik marka oluşturma. Gittikçe kendi markamızı aşağı çekiyoruz. Bu nedenle pazarlama ve marka kısmında eğitimlere ihtiyaç var. İş geliştirme yani yeni pazarlar keşfetmeliyiz (K12),"
>
> "Pazarlama üstünde çalışmaları gerek. Bu işi yaşayan insanların ders anlatması daha iyi olabilir. Canlı canlı anlatması öğrencilerin pratik dünyayı görmesi açısından önemli olabilir (K14),"
>
> "En az bir yabancı bir dil bilmeleri gerekiyor hasta iletişimi ile ilgili eğitim almaları gerekiyor. CRM bilgisi olması gerekiyor (K17)," şeklinde cevap vermişlerdir.

Bunun yanı sıra teorik bilgilerin pratiğe dökülmesini ve gerçek dünya senaryolarında deneyim kazanılmasını sağlayan uygulamalı derslerin önemini belirtmişlerdir. Ayrıca sağlık turizmi hizmetlerinin tanıtımı ve yönetimi için gerekli stratejilerin öğrenilmesini sağlayacak pazarlama derslerine dikkat çekmişlerdir.

6.19. Sağlık Yönetimi Bölümünde Okuyan ve Sağlık Turizmi Alanında Kendini Geliştirmek İsteyen Öğrencilere Tavsiyeler

Şekil 19. Tavsiye Teması



Katılımcılar sağlık turizmi gibi uluslararası etkileşim gerektiren alanlarda öğrencilerin daha fazla dil öğrenmeleri gerektiğini ifade etmişlerdir. Bununla birlikte kişilere tecrübe kazandıracak alan deneyiminin önemini vurgulamışlardır. "Sağlık yönetimi okuyan ve sağlık turizmi alanında kendini geliştirmek isteyen öğrencilere tavsiyeleriniz nelerdir?" sorusuna katılımcılar;

> "Kültürlere hâkim olabilirler, başka bir ülke görsünler. Stajları yurt dışında yapabilirler (K6),"
>
> "Yabancı dil ve deneyim zorunlu. Hastaya her daim yardımcı olabilmeliyiz. Güler yüz (K8),"
>
> "En az bir yabancı bir dil bilmeleri, hasta iletişimi ile ilgili eğitim almaları gerekiyor. CRM (Müşteri İlişkileri Yönetimi) bilgisi olması gerekiyor (K17)," şeklinde cevap vermişlerdir.

Şekillerde belirtilen ana temaların yanı sıra çalışmamızda yer alan katılımcılar bu alanda eğitim ihtiyacının olduğunu, çalışacak nitelikli personellerin yetiştirilmesi gerektiğini belirtmişlerdir. Bununla birlikte eğitimli çalışan sayısının eksikliğine vurgu yapmaları eğitim ihtiyacı temasını destekler niteliktedir. Aynı zamanda çalışan personellerin sağlık turizmi alanında kariyer fırsatları açısından bu alanda oldukça geniş bir yelpazeye sahip olduklarını, kendilerini geliştirecekleri pek çok fırsatın yer aldığına dikkat çekmişlerdir. Özellikle yurt dışına açılan bir kariyer merdiveninin bulunması sağlık turizmi alanında çalışan personellerin uluslararası anlamda kendilerini geliştirmelerine daha fazla olanak sağlayacakları katılımcılar tarafından dikkat çekilen bir konu olarak belirtilmiştir.

7. TARTIŞMA

Bu nitel çalışmada yarı yapılandırılmış soru formu ile bir grup katılımcının sağlık turizmi alanında mevcut personelin rolü ve nitelikleri ile sektör hakkındaki düşünceleri ortaya konulmuştur. Çalışmamız sağlık turizmi sektöründe yer alan personelin dil yetkinliği, iletişim becerileri, kültürel anlayışı ve bu alanda yetkin nitelikli personel eksikliğini vurgulamıştır.

Araştırmamız, sağlık turizmi hastalarının beklentilerinin yüksek standartlarda ve kaliteli sağlık hizmeti almak, tedavi süreçleri içerisinde kendilerini güvende ve rahat hissetmek ve fiyat uygunluğu beklentilerinin olduğunu belirlemiştir. Çalışmamızın sonuçlarına paralel olarak, Kasımoğlu, hastaların kendi ülkelerinde yüksek fiyatlarla alacağı sağlık hizmetini başka ülkede daha uygun fiyata ve daha kaliteli bir şekilde almak istemelerinin önemli bir neden olduğunu belirtmiştir. Tıbbi teknoloji, tıbbi ekipman ve altyapı eksikliği nedeniyle kendi ülkelerinde sunulamayan spesifik tedavilere (onkolojik tedavi, organ nakli vb.) erişmek sağlık turistinin bir diğer beklentisidir

(Kasımoğlu, 2024, s. 9-10). Bireylerin sağlık hizmetlerini kendi ülkelerinden ziyade başka ülkelerden temin etme tercihinin arkasında sosyal, ekonomik ve hukuki gibi çeşitli nedenler de bulunmaktadır (Özdemir ve Buzdağlı, 2019, s. 164-169; Cabi, 2020, s. 19-24).

Çalışmamız, hastaların geldikleri ülkeye/bölgeye göre farklı beklentilerinin olduğunu göstermektedir. Avrupa'dan gelenler işlemin hızı, fiyatı ve kalitesine bakarken, yakın coğrafyalardan gelenler ise kültürel ve coğrafi yakınlığa önem veriyor. Uygun fiyat politikaları, Avrupalı hastaların tercihlerini etkilerken, Orta Doğu ve Orta Asya'dan gelen hastaların ülkesinde erişemediği sağlık hizmetini hızlı bir şekilde alma istekleri etkilemektedir (Kantar ve Işık, 2014). Bu durum, sağlık turizmi sektörünün uluslararası hasta taleplerine göre nasıl şekillendiğini de ortaya koymaktadır.

Sağlık turizmi alanında Türkiye'nin tercih edilen bir destinasyon olmasının en önemli nedeninin sunduğu uygun fiyat politikaları, sağlık hizmeti veren kurumların teknolojik alt yapı açısından gelişmiş olması, bu sektörde çalışan personelin eğitimli ve donanımlı olması ve coğrafi ve kültürel yakınlık olduğu saptanmıştır. Bu konuda Kantar ve arkadaşları da Türkiye'nin coğrafi konumu, tarihi eserleri, kültürel değerleri ve turizm alanındaki tecrübesi ile akredite olmuş, kaliteli hizmet veren hastanelerini koordine ederek sağlık turizminde tercih edilen ülkeler arasında yer aldığını belirtmiştir (Kantar ve Işık, 2014). Başka bir çalışmada fiziki yakınlık, vize kolaylıkları düşük maliyet ve ulaşılabilirlik faktörlerinin tercih etmede etkili olduğunu göstermektedir (Gündüz vd., 2019, s. 717-740). Üstün ve Uslu tarafından yapılan çalışmada, tercih nedeni olarak sağlık tesis ve hizmetleriyle ilgili faktörler, Türkiye'nin turizm destinasyonu olması, Türkiye'deki sağlık maliyetlerinin uygun olması ve çevresel faktörlerden etkilendiği görülmektedir (Üstün ve Uslu, 2022, s. 344).

Katılımcılar Türkiye'de sağlık turizminin gelişen bir sektör olduğuna ancak önünde birtakım engeller olduğunu ifade etmişlerdir. Türkiye, mevcut güçlü potansiyelini kullanma konusunda bazı önemli ilerlemeler kaydetmiş olsa da bu potansiyelin tam anlamıyla değerlendirilemediği söylenebilir (Öztürk ve Bayat, 2011; Şahbaz vd., 2012, s. 267-296; Üstün ve Uslu, 2022, s. 344). Çalışmamız, sağlık turizminde Türkiye'de en büyük engelin, bu alanda yetkili olmayan kişiler tarafından yapılan işlemler ve hastaların vize alma süreçlerinde yaşadıkları problemler olduğunu saptamıştır. Bunun yanı sıra devlet politikalarının sağlık turizminde hizmet veren özel sektörün desteklenmesi ve denetlenmesi konusu üzerinde hem fikir oldukları anlaşılmıştır. Yapılan çalışmalar, Türkiye'nin potansiyelini en etkin ve verimli şekilde kullanılabilmesi için yapılması gereken işlerin başında, sektörün uluslararası boyuttaki gelişimini yavaşlatan bürokratik engellerin ortadan kaldırılması, hükümetin sağlık turizmi yatırımlarını teşvik etmesi, turizm sektöründeki paydaşların dayanışma içerisinde olması ve tanıtım ve tutundurma faaliyetlerinin arttırılması gerektiğini vurgulamıştır (Heung vd., 2010, s. 245; Üstün ve Uslu, 2022, s. 346).

Katılımcılar sağlık turizmi alanında çalışan personelin ana dili düzeyinde yabancı dil bilmesinin, pazarlama, kültürel farklılıkların yönetimi, organizasyon becerisi gibi sektöre özgü yetkinliklerle donanmış, tıbbi terminolojiye hâkim ve güçlü iletişim becerilerine sahip olmasının önemli olduğunu belirtmişlerdir. Hastalarla iletişim kurarken onların kültürel farklılıklarını ve mahremiyetlerini göz önünde bulundurmak ve süreci yönetme becerisi önemlidir. Önceki çalışmalar, sadece hekimlerin değil tüm sağlık personelinin kalifiye ve yetkin olması, iletişim becerilerine sahip olması ve en önemlisi yabancı dil engelinin aşılmış olması gerektiğini belirtmişlerdir (Tapia vd., 2022, s. 130; Üstün ve Uslu, 2022, s. 351).

8. SONUÇ VE ÖNERİ

Bu çalışma, Türkiye'nin sağlık turizmi alanında ön plana çıkan bir destinasyon olduğunu ve sahip olduğu nitelikli ve kaliteli sağlık hizmet gücü, sunduğu uygun fiyat politikaları ve sağlık teknolojisi üstünlüğü ile tercih edildiğini ortaya koymuştur. Katılımcıların büyük bir çoğunluğu Türkiye'de sağlık turizmi alanında çalışacak insan kaynağı yetiştirme konusunda gerekli yüksek lisans, doktora gibi eğitim programlarının eksik olduğunu belirtmişlerdir. Bu alanda çalışacak personelin en önemli niteliğinin dil bilgisi olduğu vurgulanmış ve eğitim süreçlerinde okuma, yazma ve konuşma düzeyinde ileri düzey birden fazla dil becerisinin kazandırılması önemlidir. Pazarlama, dijital pazarlama, sosyal medya yönetimi, kriz yönetimi mutlaka eğitim programlarının içine entegre edilmelidir. Çalışmamızda elde ettiğimiz bulgular sonucunda sektörün iyileştirilmesi adına yapılabilecek öneriler şu şekilde olabilir;

- Sağlık turizmi insan kaynağını yetiştirecek yüksek lisans ve doktora düzeyinde eğitim programlarının arttırılması
- Gerekli yasal düzenlemeler ile teşvikler sağlanması

- Tüm paydaşların uyum içerisinde bir araya gelerek sektörü sahiplenmesi
- Pazarlama ve tutundurma faaliyetleri ile Türkiye'nin imajını arttırmak
- Politika yapıcıların bürokratik açıdan süreçleri kolaylaştırma (vize vb.) çalışmaları planlaması
- Uygun bir fiyat politikası standardı oluşturmak
- Sektörel denetimlerin arttırılması

Bu öneriler doğrultusunda gerçekleştirilen iyileştirmelerin sağlık turizmi sektörü üzerinde olumlu etkileri de beraberinde getireceği düşünülmektedir.

YAZARLARIN BEYANI

Katkı Oranı Beyanı: Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

Destek ve Teşekkür Beyanı: Çalışmada herhangi bir kurum ya da kuruluştan destek alınmamıştır.

Çatışma Beyanı: Çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması söz konusu değildir.

KAYNAKÇA

Armstrong, M. (2017). *Armstrong'un stratejik insan kaynakları yönetimi el kitabı* (6. Baskı). (Y. D. Gürol, Çev.), Nobel Akademik Yayıncılık (Orijinal eserin basım tarihi 1992).

Buldukoğlu, S. (2014). *Sağlık turizminin Türkiye'deki yeri ve önemi* [Yüksek Lisans Tezi]. Ufuk Üniversitesi.

Cabi, A. (2020). Sağlık turizmi. F. A. Bilge ve A. Cabi (Ed.), *Turizm türlerine profesyonel yaklaşım* (s. 157-175). Sage Yayınları.

Connell, J. (2006). Medical tourism: Sea, sun, sand and surgery. *Science Direct*, 27(6), 1093-1100. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.11.005

Das, R. (2017). Medical marketing in promoting medical tourism in ındia. *ELK Asia Pacific Journal of Marketing and Retail Management,* 8(3), 1-10. http://dx.doi.org/10.16962/EAPJSS/issn.2394-9392/2014

Gülmez, Z. ve Köse, K. A. (2012). *Türkiye'de ve dünya'da sağlık turizmi ve çeşitleri: Sağlık turizminin ülkemizdeki mevcut durumu ve bazı ülkelerle kıyaslanması.* [Yüksek Lisans Tezi]. İstanbul Üniversitesi.

Gündüz, F. F., Gündüz, S. ve Yavuz, H. B. (2019). Türkiye'nin sağlık turizmi talebini etkileyen faktörlerin analizi: Çekim modeli yaklaşımı. *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi,* (17), 717-740.

Heung, V.C, Kucukusta, D. ve Song, H. (2010). A conceptual model of medical tourism: Implications for future research. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, *27*(3), 236-251. https://doi.org/10.1080/10548401003744677

Ticaret Bakanlığı Kurumu. (2024). *Sağlık turizmi*. https://Ticaret.Gov.Tr/Haberler/Saglik-Turizminde-Kuresel-Merkez-Turkiye adresinden 19 Eylül 2024 tarihinde alınmıştır.

USHAŞ Kurumu. (2024). *Sağlık turizmi verileri*. https://Www.Ushas.Com.Tr/Saglik-Turizmi-Verileri/ 19 Eylül 2024 tarihinde alınmıştır.

İyem, B., Güven, E. Ö. ve Yılmazer, A. (2020). Sağlık turizminde insan kaynakları envanteri: Aydın ilindeki özel sağlık kuruluşlarında bir inceleme. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi, 55*(2), 1298-1317 https://doi.org/10.15659/3.sektor-sosyal-ekonomi.20.06.1359

Kantar, G. ve Işık, E. (2014). Türkiye'de sağlık turizmi. *Sağlık Akademisyenleri Dergisi, 1*(1), 15-20.

Kasımoğlu, T. (2024). *Yalova'nın sağlık turizmi potansiyelinin tespiti ve bu potansiyeli artırabilmek için yapılabilecekler* [Yüksek Lisans Tezi]. İstanbul Nişantaşı Üniversitesi.

Morrison, M. (2013). *Marketing and managing tourism destinations* (1). Routledge.

Özdemir, D. ve Buzdağlı Ö. (2019). Sağlık turizminde uluslararası rekabet gücü: Seçilmiş G20 ülkeleri üzerine bir inceleme. *İksad 4. Internatıonal Congress On Socıal Scıences,* (s. 161-174). Erzurum, Türkiye.

Öztürk, M. ve Bayat, M. (2011). Uluslararası turizm hareketlerinde sağlık turizminin rolü ve kalite çalışmalarının önemi bir literatür çalışması. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 1*(2), 135-156.

Şahbaz, R. P., Akdu, U. ve Akdu, S. (2012). Türkiye'de medikal turizm uygulamaları; İstanbul ve Ankara örneği. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 15*(27), 267-296.

Şeker, C. ve Yılmaz, F. K. (2023). Sağlık turizminde insan kaynakları yönetimi. S. Karakuş (Ed.), *Sağlık turizmi yönetiminde güncel yaklaşımlar* (1,42). Akademisyen Kitapevi.

Üstün, U. ve Uslu, Y. D. (2022). Türkiye'nin sağlık turizminde tercih edilme nedenleri üzerine bir çalışma: Medikal turizm endeksi. *Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi,* (33), 344-353. https://doi.org/10.31590/ejosat.1020647

Tapia, J., Dieste, M., Royo, E. ve Calvo, E. (2022). Factors affecting the choice of medical tourism destination: Spain as a host country. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism, 23*(1), 115-138. https://doi.org/10.1080/1528008X.2020.1848749