



## Ege Bölgesi'nde Bulunan “Sağlık Turizmi Yetki Belgesine” Sahip Sağlık Kuruluşlarının Dijital Pazarlama Kanallarının İncelenmesi (Examining the Digital Marketing Channels of Health Institutions with “Health Tourism Authorization Certificate” in The Aegean Region) \*\*

\* İsmail IŞIKDEMİR <sup>a</sup> , Pınar ALTIOK GÜREL <sup>b</sup> 

<sup>a</sup> Aydın Adnan Menderes University, Institute of Health Sciences, Department of Health Tourism, Aydın/Türkiye

<sup>b</sup> Aydın Adnan Menderes University, Kuşadası Vocational School, Department of Tourism and Hotel Management, Aydın/Türkiye

### Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 18.03.2024

Kabul Tarihi: 24.06.2024

### Anahtar Kelimeler

Dijital pazarlama

Sağlık turizmi

Sosyal medya

Web sitesi

### Keywords

Digital marketing

Health tourism

Social media

Website

### Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

### Öz

Çalışmanın ana amacı Ege Bölgesi'nde bulunan “Sağlık Turizmi Yetki Belgesi” almaya hak kazanmış sağlık kuruluşlarının dijital pazarlama kanallarına verdiği önemi saptamaktır. Türkiye’de “Sağlık Turizmi Yetki Belgesine” sahip sağlık kuruluşları içerisinde, Ege Bölgesi'nde faaliyet gösteren işletmelerin dijital pazarlama kanallarının mevcudiyeti, aktifliği, erişilebilirliği ve ulaşılabilirliği ise çalışmanın alt amacını oluşturmaktadır. Araştırma kapsamına Temmuz 2023 tarihinde Sağlık Bakanlığı'nın web sitesinde yayımlanan “Sağlık Turizmi Yetki Belgesi” almaya hak kazanan ve Ege Bölgesi'nde bulunan Google üzerinde en yüksek yorum sayısına ve 4 puan üzeri değerlendirmeye sahip ilk 20 kuruluş girmektedir. Çalışmada hem nitel hem de nicel araştırma yöntemlerinden yararlanılmıştır. Elde edilen bulgular içerik analizi yöntemiyle analiz edilmiştir. Araştırmanın ana amacı kapsamında incelenen işletmelerin web sitesi ve sosyal medya hesaplarına yeterli önem vermediği sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmada elde edilen bulgular genel olarak değerlendirildiğinde özellikle uluslararası sağlık turizmi alanında dijital pazarlama kanallarının yetersiz olduğu sonucuna varılmıştır. İncelenen işletmelerin sosyal medya hesaplarının yabancı dil kullanımı açısından yetersiz düzeyde olduğu ve bu sebeple uluslararası sağlık turizmi açısından erişilebilir durumda olmadığı tespit edilmiştir.

### Abstract

The main objective of the study is to determine the importance given to digital marketing channels by healthcare organizations in the Aegean Region that are entitled to receive "Health Tourism Authorization Certificate". The sub-objective of the study is the availability, activity, accessibility and accessibility of the digital marketing channels of the enterprises operating in the Aegean Region among the health institutions that have "Health Tourism Authorization Certificate" in Turkey. The scope of the research includes the first 20 organizations in the Aegean Region, which are entitled to receive the "Health Tourism Authorization Certificate" published on the website of the Ministry of Health in July 2023 and have the highest number of comments on Google and an evaluation above 4 points. Both qualitative and quantitative research methods were utilized in the study. The findings obtained were analyzed by content analysis method. It was concluded that the businesses examined within the scope of the main purpose of the research did not attach sufficient importance to their websites and social media accounts. When the findings obtained in the research are evaluated in general, it is concluded that digital marketing channels are insufficient especially in the field of international health tourism. It has been determined that the social media accounts of the analyzed businesses are inadequate in terms of foreign language usage and therefore are not accessible in terms of international health tourism.

\* Sorumlu Yazar

E-posta: ismailisikdemir@gmail.com (İ. Işıkdemir)

\*\* Türkiye’de Sağlık Turizmi Yetki Belgesine Sahip Sağlık Kuruluşlarının Dijital Pazarlama Kanallarının İncelenmesi: Ege Bölgesi Örneği” isimli yüksek lisans tezinden üretilmiştir.