



Sağlık Turizmi Paydaşları Perspektifinden Sağlık Turizmi Farkındalığı (Health Tourism Awareness from the Perspective of Health Tourism Stakeholders)

* Ahu YAZICI AYYILDIZ^a



^a Aydın Adnan Menderes University Faculty of Tourism, Department of Tourism Management, Aydın/Türkiye

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 07.04.2025

Kabul Tarihi: 17.08.2025

Anahtar Kelimeler

Sağlık turizmi

Sağlık turizmi paydaşları

Kuşadası

Sağlık turizmi pazarlaması

Sağlık turizmi farkındalığı

Öz

Sağlık turizminin dünyada en hızlı gelişen sektörlerden birisi olması nedeniyle dünyanın pek çok ülkesindeki çeşitli destinasyonlar bu hızlı büyüyen sektörde potansiyellerini değerlendirmek istemektedirler. Türkiye’de sağlık turizminde özellikle son yıllarda önemli gelişmeler kaydedilmiştir. Bu çalışmanın temel amacı sağlık turizminin en önemli paydaşlarından olan Kuşadası’nda faaliyette bulunan otel yöneticileri, seyahat acentesi yöneticileri ve profesyonel turist rehberlerinin sağlık turizmi hakkındaki farkındalıklarını ortaya koymak, sağlık turizminin avantaj ve dezavantajlarının neler olduğunu tespit ederek, bu alandaki gelişim potansiyellerini belirlemeye çalışmaktır. Yüz yüze görüşme tekniği kullanılarak yapılan çalışmada toplam 30 kişi ile derinlemesine görüşmeler yapılarak, elde edilen veriler içerik analizi yöntemi ile değerlendirilmiştir. Kuşadası destinasyonunun sağlık turizmi açısından 12 ay yapılabilmesi, yüksek gelir getirmesi gibi birçok avantajı ile öne çıktığı, ayrıca sektör paydaşları arasında daha fazla işbirliği yapılarak Kuşadası’nda sağlık turizminin geliştirileceği hususunda önemli sonuçlara varılmış ve bu sonuçlarla ilgili öneriler sunulmuştur.

Keywords

Health tourism

Health tourism stakeholders

Kuşadası

Health tourism marketing

Health tourism awareness

Abstract

As health tourism is one of the fastest growing industries in the world, several destinations and countries and businesses are interested in achieving their potentials. In line with the changes taking place over the past decade in the global health tourism market, significant changes and developments have taken place in the Turkish health tourism market as well. The main purpose of this study is to investigate the level of awareness of the stakeholders, i.e., the hotel managers, travel agency managers and professional tourist guides operating in Kuşadası. Also, the study aims to determine the advantages and disadvantages of health tourism for Kuşadası and its future development potential. The study was conducted through in-depth and face-to-face interviews. In-depth interviews were conducted with a total of 30 stakeholders and the data obtained were analysed by using the content analysis method. It was concluded that the Kuşadası destination appears to stand out due to its several advantages, such as the fact that it can operate all year round and it has a potential to bring in high levels of revenues for the stakeholders. However, it was also noted that health tourism in Kuşadası can be further developed by taking 6As Framework into account and by improving cooperation between the various stakeholders. The study provides a number of suggestions to this end.

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

* Sorumlu Yazar

E-posta: ayazici@adu.edu.tr (A. Y. Ayyıldız)

DOI: 10.21325/jotags.2025.1662

GİRİŞ

Küreselleşen dünyada, ulaşım ve seyahat olanaklarının artması, sağlık hizmetlerinde teknolojik imkanların gelişmesi, bilgiye ulaşım kolaylığı, ülkeler arası işbirlikleri gibi birçok neden sağlık turizmi kavramının önemini artırmıştır. Sağlık hizmeti almak için bir yerden başka bir yere yapılan seyahatler olarak tanımlan sağlık turizmi faaliyetleri gittikçe artan bir şekilde daha büyük kitlelerin ilgisini çekmeye başlamıştır (Ayyıldız & Koç, 2023). Küreselleşme, mobilitenin, gelirin ve sağlık bilincinin artması, ulaşımın daha rahat ve ucuz bir şekilde yapılabilmesi ve sağlık hizmetlerinin farklı şehir ve ülkelerde daha erişilebilir bir duruma gelmesi sağlık turizminin son yıllardaki hızlı büyümesinde oldukça etkili olmuştur (Erfurt-Cooper, 2013; Uysal & Sirgy, 2023).

Türkiye’de sağlık turizmi hızla gelişmekte ve sağlık turizmi için ülkemize gelen turist sayısı her geçen yıl artmaktadır Sağlık turizmi hizmeti almak için 2024 yılında toplam 1.506.442 kişi Türkiye’ye gelmiş ve elde edilen gelir 3.022.957 bin ABD Doları olmuştur (Ushaş, 2024).

Sağlık turizmi kavramı genel olarak bir bireyin zihin ve beden sağlığını korumak, geliştirmek amacıyla yaptığı organize seyahatlerdir (Goodrich & Goodrich, 1991; Carrera & Bridges, 2006; Smith & Puczkó, 2010). Ayrıca sağlık turizmi sadece tıbbi prosedürler ve işlemlerle, yani medikal turizmle ilgili olmayıp, ayrıca tüm rehabilitasyon, well-being, estetik operasyonlar ve prosedürleri ile psikolojik sağlık hizmetlerini de kapsamaktadır (Smith & Puczkó, 2014; Hu vd., 2025). Bu seyahatte alınan hizmet sadece seyahat aktivitesini değil aynı zamanda tedavi sonrası hizmetleri de içermektedir (Wong & Musa, 2012).

Türkiye’deki en eski ve önemli turizm destinasyonlarından biri olan Kuşadası, sağlık turizmi açısından çok önemli bir potansiyele sahiptir. Kuşadası içinde bulunduğu Aydın ili ve Didim ilçesi ile birlikte dünyaca ünlü turizm varlıklarına ev sahipliği yapmaktadır. Efes, Artemis Tapınağı ve Meryem Ana Evi gibi ünlü turistik yerler Kuşadası’na oldukça yakındır. Aydın, Uygarlık Vadisi olarak da bilinir, Tralleis, Magnesia, Afrodisias (Afrodit’in yaşadığı yer), Nysa, Alabanda, Dydim (Apollon Tapınağı’nın bulunduğu yer), Panionion, Anaia, Alinda, Amyzon, Piginda, Harpasa, Mastaura, Pygale ve Orthosia gibi antik medeniyetlere ve kentlere ev sahipliği yapmaktadır (Koç & Ayyıldız, 2023). Ayrıca, bünyesindeki 17 devlet hastanesi, özel hastaneler, sağlık merkezleri ile birlikte Aydın ili ve Kuşadası ilçesi önemli bir sağlık turizmi destinasyonu olma yolunda hızla ilerlemektedir (aydinism.saglik.gov.tr). Bunlara ilaveten Aydın ilinde 40 civarında 5 Yıldızlı Otel bulunmaktadır ve Kuşadası’na her yıl ortalama olarak 600-700 civarı kruvaziyer gemi ile 750 bin civarında turist gelmektedir (aydin.ktb.gov.tr). Kuşadası’nın içinde bulunduğu Aydın ili Türkiye’deki, İzmir, İstanbul ve Bursa gibi sağlık ve medikal turizm destinasyonlarına ilaveten dünyadaki pek çok uluslararası destinasyonla da rekabet eden bir destinasyondur. İpek, Batmaz ve Yazıcı Ayyıldız (2023) çalışmasında, dört otel yöneticisi, üç rehber ve seyahat acentesiyle yapılan görüşmeler sonucunda Kuşadası’nda sağlık turizmi farkındalığının kısmen oluşmuş olduğu görülmüştür. Sağlık turizminin yalnızca medikal ve termal turizm olarak bilindiği verisine ulaşılmıştır. Potansiyelin daha doğru kullanılıp yatırımların daha bilinçli yapılabilmesi adına daha fazla eğitim verilip bireysel değil tüm turizm paydaşlarının beraber hareket etmesi gerekmektedir.

Sağlık turizminin mevsimsel ya da dönemsel olmaması onu diğer turizm faaliyetlerinden ayırmaktadır. Çünkü sağlık sorunları ve sağlığın iyileştirilmesine yönelik çaba, mevsimlere bağlı değildir (Özkurt, 2007). Bu özelliğinden dolayı sağlık turizmi daha kapsamlı bir turistik faaliyeti içermektedir. Bu kapsamın içeriğine turistik faaliyetler, sağlık hizmeti olanakları (hastaneler, sağlık personeli, teknolojik altyapı vb.) ve sağlık turistlerini sağlık hizmetleri

ile bir araya getiren profesyonel organizasyonlar girmektedir (Özcan, Aydın, & Derer, 2016). Bu bağlamda sağlık turizminin daha etkin ve planlı bir şekilde yapılması sağlık turizmi paydaşlarının işbirliğine bağlıdır. Türkiye’de sağlık turizminin gelişmesinde rol, görev, yetki ve sorumluluk sahibi olan birçok sağlık turizmi paydaşı bulunmaktadır. Bu paydaşlar, sağlık turizmi sektörünün büyümesine ve gelişmesine katkıda bulunurken aynı zamanda sağlık hizmetlerinin kalitesini ve standartlarını korumak ve iyileştirmek için birlikte çalışırlar. Sağlık Bakanlığı, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Maliye Bakanlığı, Ticaret Bakanlığı, İl Sağlık Müdürlükleri, Belediyeler gibi kamu kurumları ile birlikte turizm hizmetleri sunan otel işletmeleri, seyahat acenteleri, ulaştırma firmaları, turist rehberleri, sivil toplum kuruluşları da sağlık turizminde temel paydaşlar olarak yer almaktadır (Uygun 2018). Sağlık turizminin en önemli stratejik paydaşları arasında otel işletmeleri, seyahat acenteleri ve profesyonel turist rehberleri yer almaktadır. Verimli ve etkin bir destinasyon markası geliştirilmesi ve destinasyonun etkin bir şekilde pazarlaması paydaşların etkili ve entegre bir şekilde çaba göstermesini ve çalışmasını gerektirir (Wu vd., 2023; Ivars-Baidal vd., 2024). Paydaşların etkin ve entegre bir şekilde çalışmaları paydaşların destinasyon ve destinasyonda pazarlanan veya pazarlanması düşünülen turizm faaliyetleri, potansiyel müşteriler, avantajlar ve dezavantajlar hakkında farkındalıklarının olmasını gerektirir (Abrham, 2014; Arıkan & Ergen, 2022; Estêvão vd., 2022). Bu bilgilerin ışığında bu çalışmada Kuşadası’nda faaliyet gösteren otel yöneticileri, seyahat acentesi yöneticileri ve profesyonel turist rehberlerinin sağlık turizmi hakkındaki farkındalıklarını ve bölgedeki sağlık turizminin avantaj ve dezavantajları ile görüşlerini araştırmayı amaçlamaktadır.

Sağlık Turizmi ve Destinasyon Pazarlaması

Sağlık turizminin sunduğu ekonomik katkılar, pazarlama stratejileri ve destinasyon yönetimi üzerine yapılan araştırmalar, sağlık turizminin sürdürülebilir büyüme için kritik bir sektöre dönüşmesine olanak sağlamaktadır (Hollinshead, 2020). Sağlık turizmi yukarıda da açıklandığı üzere sağlık amacıyla yaşanan bölgeden başka bir bölgeye yapılan seyahatlerle ilgili turizm faaliyetlerini kapsamaktadır (Puczkó & Smith, 2011). Sağlık turizmi beş temel sağlıkla ilgili turizm faaliyetini kapsamaktadır. Bu faaliyetler beş farklı kategoride açıklanmaktadır (Ayyıldız & Koç, 2023):

a) Kaplıca ve Spa Turizmi: Suyun fiziksel özelliğini (hidroterapi) ve kimyasal (balneoterapi) özelliğini ön planda tutan tedavi ve iyileştirme gibi sağlık hizmetleri uygulamalarıdır. Bu uygulamalar hem fiziksel ve hem de psikolojik kapsamında zihnin ve beden yenilenmeyi teşvik edici uygulamalardır (Erfurt-Cooper & Cooper, 2009).

b) Spa-Sağlıklı Yaşam (spa-wellness): Spa-sağlıklı yaşam (spa-wellness) üniteleri çeşitli masaj ve kozmetik uygulamaları vücut bakımı hizmetlerinin sunulması.

c) Geriatri turizmi (old-age tourism): Üçüncü yaş veya geriatri turizmi, yaşlı hastalar konusunda uzmanlaşmış hemşirelik ve destek hizmetleri ile birlikte sağlık ve eğlence temelli turizm paketleri. Bu turizm türü bazen önleyici tedbir bazen de sağlık sorunlarının çözülmesi için bir fırsat olarak değerlendirilmektedir. Geriatri turizminde kültürel ve tarihi gezi turları, bakım hizmetleri, sağlık kuruluşlarında planlanmış tedaviler gibi hizmetler de sunulmaktadır (Şimşek, Yazıcı Ayyıldız 2023).

d) Engelli turizmi (disabled tourism): Engelli sağlık turizmi, engelli kişilere sağlanan tedavi veya dinlenme hizmetleri ile ilgilidir. Bu hizmetler çeşitli özel bakım uygulamalarını ve engelliler için düzenlenen çeşitli geziler, turlar ve rekreasyon faaliyetlerini kapsamaktadır.

e) Medikal turizm (medical tourism): Geniş bir yelpazedeki tıbbi-tedaviler, operasyonlar, estetik operasyonlar ve prosedürleri içermektedir.

Sağlık turizmi faaliyetlerinde öncelikle bir PESTLE ve SWOT çalışması yaparak mevcut destinasyonda hangi sağlık turizmi faaliyetlerinin yapılacağını belirlenmesi gerekir (Goodrich, 1994; Arueyingho, Ghasemi & Bodamyalı 2022).

Bir destinasyonun etkin ve verimli bir şekilde pazarlanabilmesi, o destinasyonun markalanabilmesi birtakım yeterliliklerin olmasını gerektirmektedir. İngiltere gibi bazı ülkeler güzellik temelli lüks spalara ek olarak esas olarak bütünsel beden-zihin-ruh ürünleri ve hizmetlerine odaklanırken, bazı ülkelerde fiziksel tedavi unsurlarına odaklanmıştır (Smith & Puczkó 2010). T Buhalis'e (2000) göre bir destinasyonun başarılı bir şekilde geliştirilebilmesi 6A Çerçevesi/Modeli (6As Framework) ile incelenebilir. Bunlar attractions (cezbedici unsurlar): tarihi, doğal, insan yapısı cezbedici unsurlar, festivaller vs.; accessibility (erişilebilirlik): destinasyona ve destinasyon içinde ulaşım – hava limanı, terminaller, araçlar; amenities (imkanlar): konaklama, yiyecek içecek, alışveriş vb. gibi; available packages (mevcut paket tatiller, farklı turizm ürünleri için geliştirilmiş paketlerin olması); activities (aktiviteler): (turistlerin bölgede geçirdikleri her anı değerli kılacak faaliyetlerin mevcudiyeti); ancillary services (yardımcı/destek hizmetleri): turistlerin kullanabileceği bankalar, kurye hizmetleri, sağlık kuruluşları vb. gibi hizmetlerin olması ve bunların turistler tarafından kullanılacak özelliklerde olmasıdır (Akbar vd., 2024). Bu çalışmada katılımcılara sorulan sorularla, Kuşadası'nın 6A Çervesi'nde destinasyon olarak mevcut durumunun tespiti ve üç grup paydaşın (otel yöneticileri, seyahat acentesi yöneticileri ve profesyonel turist rehberlerinin) bu konudaki farkındalıkları ölçülmeye çalışılmaktadır.

Yöntem

Bu araştırmanın amacı Kuşadası'nda faaliyet gösteren otel işletmelerinin yöneticilerinin, sağlık turizmi yetki belgesi olan seyahat acentelerinin yöneticilerinin ve profesyonel turist rehberlerinin sağlık turizmi alanında farkındalıklarını ortaya koymak, sağlık turizminin Kuşadası için avantaj ve dezavantajlarının neler olduğunu tespit ederek Kuşadası'nda sağlık turizminin daha etkin yapılabilmesi için öneriler geliştirmektir.

Nitel araştırmalarda tercih edilen amaçlı örnekleme yöntemlerinden kolayda ulaşılabilir örnekleme ile 10 otel yöneticisi, 10 seyahat acentesi yöneticisi ve 10 profesyonel turist rehberiyle yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir. İki bölümden oluşan görüşme formunun ilk kısmında görüşme yapılan kişinin cinsiyeti, yaşı, eğitim durumu, çalıştığı pozisyon ve mesleki deneyimini içeren demografik sorular sorulmuş, ikinci kısımda ise araştırmanın amacı kapsamında görüşme yapılacak kişilerin sağlık turizmi ile ilgili bilgilerini, görüşlerini ve değerlendirmelerini belirlemeye yönelik 5 soru yer almıştır. Katılımcılara sorulan araştırma soruları, sağlık turizmiyle ilgili literatür taraması yapılarak Yalçın (2013) ve Dalan & Arıkan (2023) çalışmalarından yararlanılarak oluşturulmuştur. İki akademisyen ve bir sektör temsilcisinden uzman görüşleri alınarak, hazırlanan sorulara son şekli verilmiştir. Görüşmelerden elde edilen bulgular içerik analizi ile değerlendirilmiştir. İçerik analizi ile ulaşılan benzer ve ilişkili olduğu düşünülen veriler belirli tema ve kavramlar çerçevesinde toplanarak yorumlanmıştır. Kodlama sürecinde toplanan verilerin sistematik bir şekilde analiz edilemesi için, ilk olarak tüm toplanan veriler dikkatlice okunmuştur. Anlamlı ifadeler belirlenerek bu ifadelere kısa tanımlayıcı kodlar verilmiştir. Benzer kodlar gruplanarak temalar ve alt temalar oluşturulmuştur. Bu araştırmada kullanılan verilerin toplanabilmesi için gerekli olan etik kurul izin

belgesi Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Etik Kurulu 4.03.2025 tarihi 21315140-050.04-699265 sayısı ile alınmıştır. Araştırma kapsamında sorulan sorular aşağıdaki gibi sıralanmaktadır:

1. Sağlık Turizmi kavramı size neyi ifade etmektedir?
2. Sağlık turizmini diğer turizm türlerinden farklı kılan yönleri nelerdir?
3. Sağlık turizmi açısından Kuşadası'nın avantaj ve dezavantajları nelerdir?
4. Sizce Kuşadası'nda hangi sağlık turizm türleri sizce öne çıkmaktadır. Hangileri öne çıkarılmalıdır? Neden?
5. Kuşadası'nda sağlık turizminde hastaneler, yerel yönetimler, otel işletmeleri, seyahat acenteleri ve sigorta şirketleri arasındaki koordinasyon ve iletişim sizce yeterli midir? Bu konudaki önerileriniz nelerdir

Araştırmanın Bulguları ve Tartışma

Tablo 1. Katılımcıların Profilleri

Katılımcı	Cinsiyet	Yaş	Eğitim Düzeyi	Çalıştığı Pozisyon	Mesleki Deneyim
1	Erkek	44	Lisans	Otel Genel Müdürü	23 Yıl
2	Erkek	35	Lisans	Otel Ön Büro Müdürü	11 Yıl
3	Erkek	48	Lisans	Otel Müdürü	23 Yıl
4	Erkek	32	Lisans	Otel Satış Pazarlama Müdürü	9 Yıl
5	Kadın	43	Yüksek Lisans	Otel Satış Pazarlama Müdürü	20 Yıl
6	Erkek	36	Lisans	Otel Ön Büro Müdürü	15 Yıl
7	Kadın	39	Lisans	Otel Satış Pazarlama Müdürü	16 Yıl
8	Erkek	41	Lisans	Otel Genel Müdürü	18 Yıl
9	Kadın	42	Lisans	Otel Ön Büro Müdürü	18 Yıl
10	Erkek	48	Lisans	Otel Genel Müdürü	26 Yıl
11	Erkek	25	Lisans	Profesyonel Turist Rehberi	3 Yıl
12	Erkek	55	Lisans	Profesyonel Turist Rehberi	17 Yıl
13	Erkek	32	Lisans	Profesyonel Turist Rehberi	5 Yıl
14	Erkek	50	Yüksek Lisans	Profesyonel Turist Rehberi	25 Yıl
15	Kadın	35	Ön Lisans	Profesyonel Turist Rehberi	8 Yıl
16	Erkek	32	Lisans	Profesyonel Turist Rehberi	6 Yıl
17	Kadın	36	Lisans	Profesyonel Turist Rehberi	12 Yıl
18	Kadın	52	Lisans	Profesyonel Turist Rehberi	26 Yıl
19	Kadın	36	Yüksek Lisans	Profesyonel Turist Rehberi	11 Yıl
20	Kadın	39	Ön Lisans	Profesyonel Turist Rehberi	12 Yıl
21	Erkek	46	Ön Lisans	Acente Sahibi	20 Yıl
22	Kadın	52	Lisans	Acente Sahibi	19 Yıl
23	Erkek	43	Yüksek Lisans	Acente Operasyon Müdürü	20 Yıl
24	Kadın	34	Lisans	Acente Operasyon Müdürü	4 yıl
25	Erkek	45	Ön Lisans	Acente Sahibi	25 yıl
26	Erkek	40	Lisans	Acente Müdürü	13 yıl
27	Erkek	41	Lisans	Acente Müdürü	16 Yıl
28	Erkek	38	Lisans	Acente Yetkilisi	17 Yıl
29	Kadın	30	Ön Lisans	Acente Operasyon Sorumlusu	4 Yıl
30	Erkek	44	Ön Lisans	Turizm Rehberliği	17 Yıl

Tablo 1’de katılımcıların profiline bakıldığında katılımcıların çoğunluğunun lisans mezunu olduğu (20 katılımcı), 4 katılımcının yüksek lisans seviyesinde eğitim almış olduğu, 6 katılımcının ise ön lisans mezunu olduğu görülmüştür. Katılımcıların 11’i kadın iken 18’i de erkektir. Kadın katılımcılardan 3 tanesi otel yöneticisi, 5 tanesi profesyonel turist rehberi ve 3 tanesi ise seyahat acentelerinde çalışan yetkililerdir. Katılımcıların mesleki tecrübelerine bakıldığında ise genel olarak iş tecrübelerinin 3 ila 26 yıl arasında değiştiği görülmektedir.

Tablo 2. Sağlık turizminin sektör paydaşları için ifade ettiği kavramlar

Ana Tema	Alt Tema	N
Sağlık turizmi	Estetik operasyonlar	19
	Saç ekimi	11
	Diş tedavileri	10
	Cerrahi operasyonlar	9
	Kültürel turizm	9
	Ekonomik katkı	8
	Ülke tanıtımı	6
	Gelişmekte olan bir pazar	4
	Fiyat avantajı	3

Tablo 2’de ‘Sağlık Turizmi sizin için ne ifade ediyor’ sorusu tüm sektör paydaşlarına (otel yöneticisi, seyahat acentesi yetkilisi ve profesyonel turist rehberlerine) soruldu ve 3 görüşme grubundan alınan cevaplar neticesinde estetik operasyonların en fazla ifade edilen kavram olduğu, saç ekimi ve diş tedavilerinin de ilk akla gelen diğer kavramlar olduğu belirtilmiştir. Katılımcıların verdikleri yanıtlara göre öncelikle tüm paydaşların aklına medikal turizm geldiği belirlenmiştir. Özellikle turist rehberlerinin kültürel turizm ve ülke tanıtımı yanıtını verdiği, acente yetkililerinin sağlık turizminde uçak, otel rezervasyonlarını sağlayan taraf olarak ekonomik katkı yanıtını verdiği, tüm paydaşların fiyat avantajı sağlaması gibi unsurların sağlık turizmini ifade eden kavramlar olduğu ortaya çıkmıştır.

Otel yöneticisi Katılımcı 3: ‘Ülkemiz için ekonomik katkı sağlarken biz de onun konaklama ayağında destek olup hem ülkeye hem de kendimize katkı sağlıyoruz’, Otel yöneticisi katılımcı 9: ‘Ülkemize gelen turistlerin hem konaklama hem de sağlık ihtiyaçlarının bir arada karşılanmasıdır, aynı zamanda ülke tanıtımının yapılmasına katkı sağlamaktadır’, otel yöneticilerinden katılımcı 10 ise, ‘Sağlık Turizmi bana göre çok hassas bir kavramdır. Sağlık ve turizmin yan yana kullanılması sanki anlamını yanlış yansıtıyor. Turizm keyif, eğlence, keşfetmek iken sağlık hafife alınmaması gereken çok ciddi bir alan’ şeklinde ifade etmişlerdir.

Seyahat acentesi yöneticilerinden Katılımcı 23: ‘Ülkemize gelen sağlık turistlerine ülkemizin tanıtımının yapıldığı, ülkeye ekonomik anlamda çok katkı sağlayan bir pazardır, tüm uçuş, konaklama, tedavi sürecini acente yönettiği için ekonomik katkısı büyük’, bir diğer acente katılımcısı ise: ‘Yurtdışından gelen turist hastaların hem tatil yapıp hem de sağlık operasyonları geçirmeleri ve bu arada hem ülke ziyareti hem de ülkeye ekonomik katkı sağlamalarıdır’ ifadelerini kullanmışlardır.

Profesyonel turist rehberlerinden gelen yanıtlarda ise, “Benim için sağlık turizmi, daha başka pencerelerin açıldığı, Türkiye’nin tanıtımında sadece tarihin rol almadığı bir alandır, kültürel turizmin yanında sağlık hizmeti alınması”, “Tedavi için başka bir yere seyahat eden birisinin aynı zamanda turizm faaliyetine de katılmış olması.”, “Yurtdışında fiyatların yüksek, hizmet kalitesinin düşük olmasından dolayı genellikle yabancı misafirlerin Türkiye’ye saç ekimi, diş tedavisi, estetik operasyonlar, cerrahi operasyonlar için gelip hem konaklama yapıp hem de bu işlemleri yaptırmaları, turist rehberlerinin de tanıtıma eşlik etmesi.” şeklinde yanıt vermişlerdir.

Tablo 3. Sağlık turizminin diğer turizm türlerinden farkları

Ana Tema	Alt Tema	N
Sağlık Turizmi	Sağlık	20
	Daha kazançlı olması	15
	12 ay yapılabilmesi	9
	Ülke reklamı	8
	Etik şartı	7
	Çok yönlü turizm faaliyeti olması	5
Diğer Turizm Türleri	Eğlence	18
	Kültür	13
	Deniz Tatili	10
	Keyfi olması	6
	Seyahat	5
	Süreklilik	2

Katılımcıların 20'si, sağlık turizminin sağlık odaklı bir turizm türü olduğunu ifade etmiş ve diğer turizm türlerinden ayıran en önemli unsurun ise sağlık hizmetleri sunulması olarak vurgulanmıştır. Öte yandan, diğer turizm türleri ise daha çok dinlenme, eğlence, kültür ve tatil odaklı turizm faaliyetleridir (Tablo 3). Seyahat acentelerindeki yöneticiler, sağlık turizmi faaliyetlerinin diğer turizm faaliyetlerinden daha fazla kazanç ürettiğini ancak oldukça yüksek riskleri de barındırdığını ifade etmişlerdir. Bu nedenle sağlık turizminin pazarlanmasında uygulayıcıların dikkatli olması ve müşteri/hasta memnuniyetini ön planda tutması gerektiği ortaya konmuştur.

'Size göre sağlık turizmini diğer turizm türlerin farklı kılan yönleri nelerdir?' sorusuna katılımcılardan 20'si sağlık turizminin sağlık odaklı bir turizm türü olduğunu, 15'i sağlık turizminin daha kazançlı olduğunu, 9'u ise bütün bir yıla yayılan bir turistik faaliyet olduğunu ifade etmişlerdir. Diğer turizm türlerinin ise, eğlenceye, kültürel faaliyete, deniz tatiline yönelik olduğu ve süreklilik arz ettiği vurgulanmıştır.

Otel yöneticisi katılımcılarının ifadelerine göre, 'Sağlık turizmi müşterisi kışın geliyor ve bu oteller için büyük bir avantaj. Sürekliliğini sağlayabildiğimiz sürece sağlık turisti yüksek sezonda da tatil müşterisi olarak geliyor', 'Düşük sezonda otele katkı sağlıyor, gelen turist hem tatil yapıyor hem de otelde konaklıyor', seyahat acentesi yöneticilerinden katılımcı ifadelerine göre, 'Diğerleri kültürel açıdan düzenlenen, daha çok tatil ve amaçlı olurken sağlık turizmi daha çok insan sağlığı üzerine kurulan bir turizm türüdür', bir diğer acente yetkilisi ise, 'Sağlık turizmi için içinde sağlık olduğu için daha ciddi ve önemli bir alanken diğer turizm türleri daha çok eğlence ve tatil amaçlı olduğu için daha rahat bir turizm alanıdır', 'Sağlık turizmi daha hassas ve dikkatli olunması gereken bir turizm türüdür. Çünkü insanların sağlığı söz konusudur. Acenteler için de diğer turizm türlerinden daha kazançlıdır fakat daha da risklidir, çünkü sadece uçak biletini, konaklayacağı oteli ayarlayarak iş bitmiyor, sağlık alacağı işletmede acente tarafından ayarlanırsa memnuniyetsizlik tüm süreci etkiliyor, tekrar ülkeye tatil amaçlı bile gelmek istemiyorlar ve olumsuz reklam oluyor, bu da ülke imajını etkiliyor' ifadelerini kullanmışlardır.

Profesyonel turist rehberlerinden bir katılımcı, "Turizmi her ülke yapabilir ama sağlık turizmini her ülke yapamaz. Sağlık turizmi için iyi bir eğitim altyapısının olması, tıp alanında çok iyi olmak gerekmektedir, bizim ülkemizde çok iyi oteller ve hastaneler var, sağlık ve turizm kavramlarının karşılığını verebiliyoruz.". Farklı bir turist rehberi ise, sağlık turizminin diğer turizm türlerinden farkını şu şekilde belirtmiştir: "Kitle turizmine göre ülkeye daha fazla gelir sağlaması, ikincisi ülkenin reklamını ve pazarlamasını yapıp ülkeyi diğer ülkelere göre öne çıkarması, üçüncüsü iyi sonuçlanmış operasyonların ağızdan ağıza pazarlama yoluyla daha fazla turist getirmesidir. Aynı zamanda sektörde ekstra istihdam sağlanmış olması".

Tablo 4. Sağlık Turizmi Açısından Kuşadası'nın Avantaj ve Dezavantajları

Ana Tema	Alt Tema	N	İlgili Olduğu 6A
Kuşadası'nın Avantajları	Havaalanı yakınlığı	23	Accessibility (erişilebilirlik)
	Fiyat uygunluğu	18	
	İklim elverişliliği	17	attractions (cezbedici unsurlar)
	Liman şehri olması	14	attractions (cezbedici unsurlar)
	Otel seçenekleri	12	amenities (imkanlar)
	Ulaşım kolaylığı	11	Accessibility (erişilebilirlik)
	Kültürel zenginlik	9	attractions (cezbedici unsurlar)
	Efes'e yakınlık	6	attractions (cezbedici unsurlar)
Kuşadası'nın Dezavantajları	Hastane ve Sağlık Kuruluşu Azlığı	15	ancillary services (yardımcı/destek hizmetleri) amenities (imkanlar)
	Reklam ve tanıtım yetersizliği	9	
	Rakip destinasyon İzmir'in güçlü olması	5	
	Sağlık Turizmi çeşitliliği azlığı	2	available packages (mevcut paket tatiller, farklı turizm ürünleri için geliştirilmiş paketlerin olması)

'Sağlık turizmi açısından Kuşadası tercih edilebilir bir destinasyon mudur? Neden?' sorusuna Kuşadası'nın havaalanına yakınlığı, Kuşadası'nda sağlık turizmi hizmeti veren işletmelerin fiyat uygunluğu, Kuşadası'nın ikliminin elverişliliği, Kuşadası'nda otel seçeneklerinin fazla olması öne çıkan avantajlardır. Kuşadası'nda diğer destinasyonlara göre hastane ve sağlık kuruluşu azlığı, Kuşadası için reklam ve tanıtım yetersizliği dezavantajlar arasındadır. Havaalanına, ulaşım gibi unsurların yakınlık Buhalis'in 6A çerçevesi modeline göre erişilebilirlik, iklim elverişliliği, liman şehir olması, kültürel zenginlik, Efes'e yakın olması cezbedici unsurlar, otel seçenekleri ise imkanlar ile değerlendirilmektedir.

Otel yöneticilerinden Katılımcı, 'Kuşadası'nın avantajlı yönleri çok; havalimanına yakınlığı, tatil beldesi olması, iklim şartları, yaz-kış açık otellerin olması...' ifadelerini kullanmıştır. Bir diğer otel yöneticisi, "Efes, Meryem Ana'ya yakınlığı, havalimanına yakınlığı, Milli Park ve Şirince'ye yakınlığı en büyük avantajları arasındadır" vurgusunu yapmışlardır. Otel işletmelerinden katılımcı 6: 'Kuşadası bazı sağlık turizmi kolları için doğru destinasyon olabilir fakat sağlık turizmi denince uzman hekimler, hastaneler geliyor ki bu konuda Kuşadası'nın eksikleri var maalesef, diş klinikleri oldukça fazla sayıda var, fakat diğer medikal turizm işletmeleri, saç ekimi, diğer estetik operasyonlar için İzmir daha avantajlı' şeklinde ifade etmiştir.

Seyahat acentesi katılımcılarından, "Kuşadası sağlık turizmi açısından tercih edilen bir destinasyondur. Bunun en önemli sebepleri ise konumu, doğal güzellikleri ve sağlık hizmetleri dışında misafirlerin vaktini verimli bir şekilde harcayabilecekleri birçok aktivitenin olması, özellikle İstanbul, İzmir gibi karışık, kalabalık destinasyonlardan sonra Kuşadası daha sakin olduğu için tercih edilebiliyor", "Kuşadası ülke turizm potansiyelinin yaklaşık %2'si gibi bir pay almaktadır. Havalimanına yakınlığı, karayolu ve deniz ulaşımının kolaylığının bölgeye etkileri çok önemlidir. Fakat sağlık turizmi açısından yeterli tanıtımın yapılmasının yanı sıra yeterli termal tesis, hastane ve kür merkezi bulunmadığını düşünmekteyim" şeklinde ifade etmişlerdir. Profesyonel turist rehberlerinden gelen ifadelere göre, "Kuşadası sağlık turizmi için iyi bir destinasyondur. Özellikle İstanbul'un son zamanlardaki kaotik durumu, trafiği, lojistiği gibi durumlar turistleri Kuşadası'na yönlendirmektedir. Fakat sağlık turizmi yapanların bu turizmi

çeşitlendirmesi gerekmektedir. Kültür turizmi ile birleştğinde daha da etkin hale gelecektir”, “Kuşadası köklü ve bilinen bir tatil beldesi, liman şehri, havalimanına yakın, otel yelpazesi çok iyi, İzmir gibi gelişmiş ve büyük bir şehre yakın, fakat tanıtım sağlık turizmi için daha etkin yapılmalı”, “Personel yetersizliği mevcut, İngilizce bilen personel yok. Sağlık kuruluşları hasta memnuniyetine, kaliteli hizmete daha çok önem vermeli...” vurgusu öne çıkmıştır.

Turizm insan iletişim ve etkileşiminin (müşteri, çalışan ve bölge halkı) en yoğun olduğu sektörlerin başında gelmektedir (Ayyıldız vd., 2022). Çalışanların dil ve iletişim becerilerinin yüksek seviyede olması, diğer kültürleri tanınması ve iletişimde bu kültürel hassasiyetle iletişim kurması son derece önemlidir (Koç & Ayyıldız, 2021; Ayyıldız, 2024). Bu çalışmadaki paydaşlara ilaveten, destinasyon yöneticileri, eğitim kurumları, örneğin Kuşadası Turizm Fakültesi, Güvercinada Turizm Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi, Kuşadası Ada Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi ve Kuşadası Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi yöneticileri ve eğitim personelinin bir araya gelerek ihtiyaçların planlı ve geleceğe dönük bir şekilde karşılanması yolunda çalışmalar yapmaları uygun olacaktır.

Sağlık turizmi çerçevesinde Kuşadası’nın en büyük avantajı olarak sahip olduğu doğal güzellikler, iklimi ve sağlık hizmetleri dışında turistlerin katılabileceği pek çok turistik aktivitenin mevcut olması görülebilir. Ancak, Kuşadası’nın bu potansiyelini gerektiği gibi kullanabilmesi için daha fazla reklam ve tanıtım faaliyetlerine girilmesi ve sağlıkla ilgili daha güçlü altyapısının (hastaneler ve sağlık kuruluşları) oluşturulması ihtiyacı ifade edilmiştir.

Tablo 5. Kuşadası’nda öne çıkan ve çıkması gereken Sağlık Turizm Türleri

Ana Tema	Alt Tema	N
Kuşadası’nda Öne Çıkan Sağlık Turizmi Türleri	Dental	22
	Mide Küçültme	10
	Estetik	9
Kuşadası’nda Öne Çıkması Gereken Sağlık Turizmi Türleri	Saç Ekimi	11
	Plastik Cerrahi	10
	Medikal	10
	Kür & Termal	9

Tablo 5’de ‘Sizce Kuşadası’nda hangi sağlık turizm türleri öne çıkmaktadır. Hangileri çıkarılmalıdır?’ sorusuna öne çıkanlar kategorisinde diş hizmetleri, mide küçültme operasyonları ve estetik operasyonların öne çıktığı, saç ekimi, plastik cerrahi ve termal tedavilerin de vurgulanması ve öne çıkması gerektiği belirtilmiştir.

Seyahat acente yetkilisi, “Kuşadası’nda öncelikle diş hizmetleri öne çıkıyor, fakat yeterli alt yapı sağlanırsa diğer türlerde öne çıkabilir, özellikle Davutlar bölgesinde termal kaynaklar iyi değerlendirilirse termal turizmde öne çıkabilir, Davutlar tarafında sadece iki termal tesis var, bu alana yönelip daha fazla tanıtım yapılmalı”, otel yöneticisi, “Diş ve obezite ön planda ama hastaneler yeterli olsa hepsi olabilir. Öncelik saç ekimi ve plastik cerrahiye yönelmeli diye düşünüyorum. Ama bunun için sadece sağlık turizmi yapan hastaneler açılmalı ve uzman hekimlerin elinde yapılmalıdır, cerrahi operasyonlar daha fazla ekonomik katkı sağlıyor”, profesyonel turist rehberlerinden bir katılımcı ise, ‘Kuşadası bence doğası ve konumu gereği doğa sporları, golf alanları ve kür & termal merkezlerinin çok rahat yapılabileceği bir bölge, özellikle kurvaziyer gemilerinin yoğun olarak gelmesi 3.yaş turistlerinin bu bölgeyi tanınmasını ve ileride tedavi amaçlı tercih etmesini sağlayabilir, limanda bu amaçla sağlık turizmine yönelik tanıtıcı açık hava reklamları yapılsa iyi olur....’ ifadelerini kullanmışlardır.

Katılımcılara göre Kuşadası’nın en öne çıkan sağlık turizmi türleri arasında diş tedavileri, estetik operasyonlar ve mide küçültme ameliyatları gelmektedir (Tablo 5). Katılımcılar, saç ekimi, plastik cerrahi ve medikal turizm gibi alanların daha fazla öne çıkması için çalışma yapılması gerektiğini işaret etmişlerdir. Bu veriler ışığında Kuşadası’nın

sağlık turizmi potansiyelinin daha fazla çeşitlendirilmesinin gerekliliği ve uygulanacak destinasyon pazarlama stratejilerinin bu çeşitliliği öne çıkaracak biçimde olması gereği ifade edilmiştir. Katılımcıların açıklamalarından bir destinasyonda bulunması gereken temel unsurlar (6A) (Buhalis, 2000) birtakım bilgilere sahip oldukları görülmekle birlikte, bütüncül bir perspektiflerinin olmadığı tespit edilebilir. Verilen bilgiler açısından bakıldığında ise Kuşadası'nın iyi bir sağlık turizm destinasyonundan beklenen 6A (Buhalis, 2000) berili bir derecede sahip olduğu ancak geliştirmelerin de yapılması gerekliliği ortaya konmuştur.

Koordinasyon ve İletişim

Son olarak katılımcılara Kuşadası'nda sağlık turizmi alanındaki koordinasyon ve iletişimin ne derecede yeterli olduğu sorulduğunda, katılımcıların çoğunlukla iletişimi yetersiz buldukları görülmüştür. Katılımcı 3, "Turizm ile ilgili olarak toplantılar yapılıyor fakat sağlık turizmi alanında koordinasyon ve iletişim sektör paydaşları arasında yeterli değil" ifadelerini kullanmıştır. Paydaşlar arasında, otel yöneticileri, acenteler ve yerel yönetimlerin, sağlık turizmi alanında daha fazla iş birliği ve istişare yapması, sağlık turizmi fuarlarına daha fazla katılımın sağlanması gereği vurgulanmıştır. Bu bulgular ışığında sağlık turizmi paydaşları arasında daha güçlü bir iletişim ve koordinasyon altyapısını kurulması ve sürdürülmesinin önemli bir ihtiyaç olduğunu göstermektedir.

Sonuç ve Öneriler

Bu araştırmada ortaya çıkan sonuçlar Kuşadası'nın sağlık turizmi açısından önemli bir potansiyele sahip olduğunu, ancak Kuşadası'nın potansiyelini faydaya dönüştürebilmek için bir takım düzenleme ve geliştirmelerin yapılması gerektiğini ortaya koymaktadır. İpek vd. 2023 çalışmasında Kuşadası sağlık turizmi farkındalığı başlıklı çalışmalarında benzer şekilde potansiyel olduğunu fakat paydaşlar arasında koordinasyon eksikliği olduğunu belirtmişlerdir. Sağlık turizminin pazarlanması kapsamında estetik ve diş tedavileri gibi bilinen alanlara yoğunlaşırken, bir yandan da bu bölgenin de güçlü olduğu, termal turizm gibi alanlar da geliştirilebilir. İlaveten, sağlık turizmi paydaşları arasında daha güçlü bir iş birliği ve iletişim sistemi ve altyapısının kurulması ve sürdürülmesi, önemli bir gelecek vadeden bu sektörün sürdürülebilir gelişimi açısından da önemlidir. Sağlık turizmi hastaları için daha fazla donanımına sahip hastanelerin artması, reklam ve tanıtım da daha fazla sağlık turizmi vurgusuna önem verilmesi, katılım gösterilen turizm fuarları ile birlikte sağlık turizmi fuarlarına da katılım gösterilmesi, yerel yönetimlerin ve paydaşların dijital mecralarda sağlık turizmüne ilişkin paylaşımlar yapması Kuşadası'nda sağlık turizminin gelişmesi için önemli adımlar olarak belirtilebilir.

Çalışmada elde edilen bilgiler neticesinde Kuşadası sağlık turizmi farkındalığının artması ve sağlık turizminin destinasyonda geliştirilmesi için:

- Aydın İl Sağlık Müdürlüğü ve Aydın İl Kültür ve Turizm Müdürlükleri tarafından sağlık turizmi konusundaki bilgi eksikliğini gidermek amacıyla sektör paydaşları için uzmanlar tarafından bilgilendirme eğitimleri verilmeli.
- Atro (Aydın Turist Rehberleri Odası), Türsab BTK (Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği Bölge Temsil Kurulu) ve Koder (Kuşadası Otelciler Derneği) ortak çalışmalar yürüterek üyelerine sağlık turizminin önemini aktarmalı.
- Turizm fuarları ile birlikte sağlık turizmi fuarlarında da Kuşadası destinasyon tanıtımı yapılmalı. Dijital platformlarda alternatif turizm türleri içerisinde sağlık turizmüne mutlaka yer verilmeli.

Beyan

Bu araştırmada kullanılan verilerin toplanabilmesi için gerekli olan etik kurul izin belgesi Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Etik Kurulu 4.03.2025 tarihi 21315140-050.04-699265 sayısı ile alınmıştır.

KAYNAKÇA

- Abrham, J. (2014). Clusters in tourism, agriculture and food processing within the Visegrad Group. *Agricultural Economics/Zemědělská Ekonomika*, 60(5).
- Akbar, P. N. G., Auliya, A., Pranita, D., & Oktadiana, H. (2024). The readiness assessment of Jakarta as a smart tourism city. *Cogent Social Sciences*, 10(1), 2364386.
- Arıkan, E., & Ergen, F. D. (2022). Turizm destinasyonlarına yönelik pahalılık algısının internet gazetelerinde temsili: Bodrum örneği. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 8(3), 218-227.
- Arueyingho, O., Ghasemi, M., & Bodamyali, T. (2022). Medical tourism in the turkish republic of northern Cyprus: Strategies for improvement. *Journal of Multidisciplinary Academic Tourism*, 7(1), 1-18.
- Ayyıldız, A. Y. (2024). Service quality implications of cross-cultural differences in tourism and hospitality. *Multidisciplinary Business Review*, 17(1), 1-15.
- Ayyıldız, A. Y., & Koc, E. (2023). Cross-cultural aspects of well-being. In *Handbook of Tourism and Quality-of-Life Research II: Enhancing the Lives of Tourists, Residents of Host Communities and Service Providers* (pp. 25-36). Cham: Springer International Publishing.
- Ayyıldız, A. Y., Baykal, M., & Koc, E. (2022). Attitudes of hotel customers towards the use of service robots in hospitality service encounters. *Technology in Society*, 70, 101995.
- Buhalis, D. (2000), Marketing the Competitive Destination of Future, *Tourism Management*, (21): 97-116.
- Carrera, P. M., & Bridges, J. F. (2006). Globalization and healthcare: Understanding health and medical tourism. *Expert review of pharmacoeconomics & outcomes research*, 6(4), 447-454.
- Dalan, C., & Arıkan Saltık, I. (2021). Paydaşların Bakış Açısıyla Muğla İli Sağlık Turizmi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 1451-1473.
- Erfurt-Cooper, P. & Cooper, M. (2009). The health and wellness concept: A global overview. *Health and wellness tourism: Spas and hot springs*, 25-48.
- Erfurt-Cooper, P. (2013). Wellness tourism: a perspective from Japan. In *Wellness Tourism* (pp. 235-254). Routledge.
- Estêvão, J., Teixeira, L., & Carneiro, M. J. (2022). The relevance of destination management systems' functionalities: a model based on stakeholders' view. *Journal of Organizational Computing and Electronic Commerce*, 32(1), 21-44.
- Goodrich, J. N. (1994). Health tourism: A new positioning strategy for tourist destinations. *Journal of International Consumer Marketing*, 6(3-4), 227-238.

- Goodrich, J. N., & Goodrich, G. E. (1991). Health Care Tourism. In S. Medlik (Ed.), *Managing Tourism* (ss. 107–114). Oxford: Butterworth--Heinemann.
- Hollinshead, K. (2020). Medical tourism in developing countries. In *Medical tourism: A critical introduction* (pp. 85-101). Springer.
- Hu, F., Wen, J., & Kozak, M. (2025). Mental health research in tourism and hospitality: a horizon 2050 paper. *Tourism Review*, 80(1), 90-107.
- Ivars-Baidal, J., Casado-Díaz, A. B., Navarro-Ruiz, S., & Fuster-Uguet, M. (2024). Smart tourism city governance: exploring the impact on stakeholder networks. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 36(2), 582-601.
- İpek, E., Batmaz O., & Ayyıldız, A. Y. (2023). Sağlık Turizmi Farkındalığı: Kuşadası Örneği, 2 nd International Conference on Engineering, Natural and Social Sciences, Icenso.
- Koc, E., & Ayyildiz, A. Y. (2021). Culture's influence on the design and delivery of the marketing mix elements in tourism and hospitality. *Sustainability*, 13(21), 11630.
- Koc, E., & Ayyildiz, A. Y. (2023). Well-being and aesthetic journeys: Motivations for cosmetic surgery tourism. In *Handbook of tourism and quality-of-life research II: Enhancing the lives of tourists, residents of host communities and service providers* (pp. 197-210). Cham: Springer International Publishing.
- Özcan, Z. K., Aydın, V., & Derer, E. (2016). Antalya'daki Paydaşlar Açısından Sağlık Turizminin Kamu Politikası Perspektifinde Değerlendirilmesi. *Balkan Sosyal Bilimler Dergisi*, 868-885.
- Özkurt, H. (2007). Sağlık Turizmi Tahvilleri. *Maliye Dergisi* (152), 121-142.
- Puczkó, L., & Smith, M. (2011). An analysis of tourism QOL domains from the demand side. In *Handbook of tourism and quality-of-life research: Enhancing the lives of tourists and residents of host communities* (pp. 263-277). Dordrecht: Springer Netherlands.
- Smith, M., & Puczkó, L. (2010). Taking your life into your own hands? New trends in European health tourism. *Tourism Recreation Research*, 35(2), 161-172.
- Smith, M., & Puczkó, L. (2014). *Health, tourism and hospitality: Spas, wellness and medical travel*. Routledge.
- Şimşek, B. & Yazıcı Ayyıldız, A. (2023). Sağlık turizmi işletmelerinde dijital pazarlama uygulamalarının analizi: Kuşadası örneği. *Sağlık Akademisyenleri Dergisi*, 10(1), 108-125
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2025). Aydın İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. <https://aydin.ktb.gov.tr/Eklenti/92837,bakanlik-isletme-belgeli-tesisler>. Erişim Tarihi: 2.03.2025.
- T.C. Sağlık Bakanlığı Aydın İl Sağlık Müdürlüğü. (2025). Sağlık Turizmi Yetkili Sağlık Tesisleri ve Aracı Kuruluşlar. <https://aydinism.saglik.gov.tr/TR-253808/saglik-turizmi-yetkili-saglik-tesisleri-ve-araci-kuruluslar>. Erişim Tarihi: 2.03.2025.
- Uluslararası Sağlık Hizmetleri A. Ş. [USHAŞ]. (2025). Sağlık turizmi verileri. <https://www.ushas.com.tr/saglik-turizmi-verileri>. Erişim Tarihi: 5.03.2025

UNWTO. (2020). Global tourism economy report. United Nations World Tourism Organization.

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

Uysal, M., & Sirgy, M. J. (2023). Handbook of Tourism and Quality of life Research II. Springer: Cham, Switzerland.

Wong, K. M., & Musa, G. (2012). Medical Tourism: The Ethics, Regulation, and Marketing of Health Mobility. K. M. Wong içinde, Medical Tourism (s. 167-186). Routledge, London and Newyork.

Wu, M. Y., Wu, X., Li, Q. C., Wang, J., & Wang, Y. (2023). Justice and community citizenship behavior for the environment: Small tourism business entrepreneurs' perspectives. *Journal of Sustainable*.

Yalçın, B. (2013). Antalya İli Sağlık Turizmi Potansiyeli Araştırması. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Doktora Tezi.

Health Tourism Awareness from the Perspective of Health Tourism Stakeholders

Ahu YAZICI AYYILDIZ

Aydın Adnan Menderes University Faculty of Tourism, Aydın/Türkiye

Extended Summary

The developments in transportation and increases in travel opportunities have contributed to the growth of the health tourism. Also, technological developments in health services, ease of access to information, and cooperation between countries have further fuelled the growth of the health tourism industry globally. Health tourism activities, which involve travelling from one place to another to receive health services, have increasingly attracted the attention of larger groups of people (Ayyıldız & Koç, 2023).

The PESTLE and SWOT analyses regarding a health tourism destination can be beneficial. PESTLE and SWOT analyses may help the policy makers and the stakeholders to have a clear view of the destination together with an understanding of the potential, advantages and the disadvantages of the destination (Arueyingho et al. 2022). The effectiveness and efficiency of marketing and branding activities for a destination require the presence of a number of elements. According to Buhalis (2000), the successful development of a destination can be analysed with the 6As Framework/Model. These include attractions: historical, natural, man-made attractions, festivals, etc.; accessibility: transport to and within the destination - airport, terminals, vehicles; amenities: accommodation, catering, shopping, etc.; available packages (available package holidays, availability of packages developed for different tourism products); activities (availability of activities that will make every moment spent by tourists in the region valuable); and ancillary services (auxiliary/support services): availability of services such as banks, courier services, health institutions, etc. that can be used by tourists (Akbar et al, 2024). The questions in the study attempts to identify and determine the current status of Kuşadası as a destination in the 6A Framework and to measure the awareness of three groups of stakeholders (hotel managers, travel agency managers and professional tourist guides) on this issue

The fact that health tourism is not seasonality-based makes it distinguished from other types of tourism activities, as both the health related problems and their treatment do not depend on seasonal factors (Özkurt, 2007). Due to the non-existence of seasonality, health tourism may be considered as a more comprehensive touristic activity. Health tourism activities may comprise the activities of health service facilities (hospitals, health personnel, technological infrastructure, etc.), the activities of professional organisations, intermediaries that bring health tourists together with health services, and the tourism and hospitality (Özcan, Aydın & Derer, 2016). The efficiency and effectiveness in health tourism requires a good cooperation and planning of activities of the stakeholders.

There are several health tourism stakeholders that play crucial roles on the efficient operation and development of health tourism in Turkey. These stakeholders contribute to the growth and development of the health tourism market and work collectively to maintain and improve the quality and standards of health services. Among the most important strategic stakeholders of health tourism are hotel businesses, travel agencies and professional tourist guides. Developing an efficient and effective destination brand and marketing the destination requires stakeholders

to work in an efficient, effective, and integrated manner (Wu et al., 2023; Ivars-Baidal et al., 2024). Effective and integrated efforts of stakeholders require stakeholders to be aware of the destination and the specific tourism products and types of activities marketed or planned to be marketed in the destination, the potential customers, and the overall advantages and disadvantages of the destination (Abrham, 2014; Arıkan and Ergen, 2022; Estêvão et al., 2022). In the light of this background, this study aims to investigate the awareness of hotel managers, travel agency managers and professional tourist guides operating in Kuşadası about the health tourism activities in the region and the advantages and disadvantages of health tourism regarding the destination together with their recommendations for further development.

The study comprises 30 face-to-face interviews with the stakeholders, consisting 10 hotel managers, 10 travel agency managers, and 10 professional tourist guides. The stakeholders have been determined by convenience sampling. The findings obtained in the interviews were evaluated through content analysis.

Based on the views of the stakeholders some of the advantages Kuşadası as a destination has may include the following. Kuşadası has ease of access as it is close to an international airport (Izmir Adnan Menderes). Also, it is able to offer health services to customers at affordable prices. Moreover, the destination has a mild and favourable climate and offers a wide range of hotel options. On the other hand, factors such as the limited number of hotels and healthcare institutions in the region, the insufficient level of advertising and promotional activities, and being next to a major competing health tourism destination, such as Izmir, may be seen as factors that may affect the development of health tourism in Kuşadası negatively.

Within the framework of health tourism, Kuşadası's greatest advantage is its natural beauties, climate and the availability of several touristic activities that allow the participation of tourists to supplement the health services they receive. However, in order for Kuşadası to use this potential appropriately, advertising and promotional activities need to be planned, designed, and implemented in a more professional and coordinated manner. Also, the health care infrastructure, the number of healthcare institutions and the services they provide require further development.

The results of this study reveal that Kuşadası has an important potential in terms of health tourism, though a number of developments and improvements need to be made to make Kuşadası reach its potential. From the marketing perspective, in addition to paying attention to already known health tourism products, such as aesthetic tourism, additional characteristics of the destination, such as thermal tourism may be further strengthened. Establishing and maintaining stronger co-operation, coordination and communication systems among the stakeholders and the infrastructure are also important tasks for the sustainable development of this promising sector. Increasing the number of hospitals equipped with advanced technology systems for health tourism patients, placing more emphasis on the advertising and promotion activities of health tourism, participation in health tourism fairs, as well as general tourism fairs, the sharing of information and news in social media may be considered as some of the important steps in the development of Kuşadası as a health tourism destination.

As a result of the findings obtained in the study, the following courses of action may be taken to increase the awareness of health tourism in Kuşadası and make it a more powerful health destination:

-Aydın Provincial Health Directorate and Aydın Provincial Culture and Tourism Directorates may provide training for the sector stakeholders by using experts to increase health tourism awareness.

- ATRO (Aydın Chamber of Tourist Guides), TÜRSAB BTK (Union of Turkish Travel Agencies Regional Representative Board) and Koder (Kuşadası Hoteliers Association) may join their forces together to increase awareness of the health tourism in the region, on issues such as, the potential, advantages and disadvantages of the region.

- Kuşadası destination may be promoted in health tourism fairs as well as in general tourism fairs. Health tourism may be introduced as an alternative type of tourism in various digital platforms.

Ek 1. Etik Kurul İzni

ADÜ Evrak Tarih ve Sayısı: 04.03.2025 - 699265



T.C.
AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu



2025 AİLE YILI

Sayı : E-21315140-050.04-699265
Konu : Etik Kurul Karar Sureti

04.03.2025

Sayın Doç. Dr. Ahu YAZICI AYYILDIZ
Öğretim Üyesi

Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu'nun 25.02.2025 tarihinde yapılan olağan toplantısında çalışmanızla ilgili alınan 21/29 nolu karar aşağıda sunulmuştur.

Bilgilerinize sunarım.

KARAR-29

Sorumlu Yürütücü : Doç. Dr. Ahu YAZICI AYYILDIZ
Aydın Adnan Menderes Üniversitesi

Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu'nca yukarıda ismi belirtilen araştırmacının yürütücülüğünü yapmış olduğu "**Sağlık Turizmi Paydaşları Perspektifinden Sağlık Turizmi Farkındalığı**" başlıklı çalışmaya ait 12.02.2025 tarihli başvuru dilekçesi görüşüldü.

Çalışmanın **Etik Kurul Uygunluk Onayını** almasına oy birliği ile karar verilmiştir.

Prof. Dr. Kerim GÜNDOĞDU
Kurul Başkanı