

Sağlık Turizmi Hizmetlerinde Tüketim Eğilimleri¹

Senem Uçan²

Mehmet Emin Akkılıç³

Mehmet Selim Dikici⁴

Özet

Tüketim alışkanlıkları, literatürde dinamik bir yapı sergileyen ve zaman içerisinde değişim ve dönüşüm geçiren bir olgu olarak ele alınmaktadır. Günümüzde, tüketicilerin geleneksel olarak fayda temelli (faydacı) tüketim davranışlarından giderek uzaklaştığı; bunun yerine haz, deneyim ve duygusal tatmin odaklı (hedonik) tüketim eğilimlerinin ön plana çıkarıldığı görülmektedir. Bu dönüşüm, özellikle belirli sektörlerde daha belirgin bir biçimde kendini göstermektedir. Söz konusu sektörlerden biri de sağlık turizmi alanıdır. Sağlık turizmi kapsamında sunulan hizmetlerin bir kısmı, doğrudan tıbbi gerekliliklerin ötesinde estetik, iyi hissetme ve yaşam kalitesini artırma gibi unsurlarla ilişkilendirilmektedir. Ancak, yapılan mevcut akademik çalışmalar incelendiğinde, “hedonik sağlık turizmi hizmetleri” kavramının açık ve sistematik bir biçimde tanımlanmadığı görülmektedir. Buna karşın, hedonik tüketime yönlendiren motivasyonlar ile özellikle estetik amaçlı sağlık turizmi hizmetlerinin tercih edilmesinde etkili olan güdüler arasında önemli benzerlikler bulunmaktadır. Bu bağlamda çalışmanın temel amacı, sağlık turizmi hizmetlerine yönelik tüketim eğilimlerini faydacı ve hedonik boyutlarıyla ele alarak, bu eğilimlerin yoğunluklarına göre sınıflandırılmasını

- 1 Bu çalışma, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Uluslararası Ticaret ve Pazarlama Anabilim Dalı’nda tamamlanan “Tüketicilerin hedonik sağlık turizm hizmetlerine ilişkin tutum ve satın alma niyetleri üzerine sosyal faktörlerin moderatör etkisi” başlıklı yüksek lisans tezinden türetilmiştir.
- 2 Bilim Uzmanı, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Uluslararası Ticaret ve Pazarlama Anabilim Dalı, senem.ucn@gmail.com, orcid.org/0000-0003-0940-6560.
- 3 Prof. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Burhaniye Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret Bölümü, eakkilic@balikesir.edu.tr, orcid.org/0000-0002-3888-6025.
- 4 Dr. Öğr. Üy. Balıkesir Üniversitesi, Burhaniye Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Bölümü, msdikici@balikesir.edu.tr, orcid.org/0000-0001-7937-7772.

sağlayacak bir ölçek (skala) geliştirmektir. Araştırma, literatür incelemesi ile birlikte nitel araştırma yöntemi çerçevesinde yürütülmüş; bu kapsamda sağlık turizmi alanında uzmanlığı bulunan dokuz doktor ile derinlemesine mülakatlar gerçekleştirilmiştir. Elde edilen bulgular doğrultusunda, sağlık turizmi ürün ve hizmetlerinin faydacı tüketimden hedonik tüketime uzanan bir süreklilik içerisinde konumlandırılabilceği bir skala oluşturulmuştur. Çalışmanın sonuçları, sağlık turizmi sektöründe faaliyet gösteren paydaşlar için stratejik çıkarımlar sunmakta; aynı zamanda konuya ilişkin ileride yapılacak akademik araştırmalar için kuramsal ve uygulamaya dönük öneriler geliştirmektedir.

1. Sağlık, Turizm ve Sağlık Turizminin Kavramsal Çerçevesi

Sağlık kavramı, Dünya Sağlık Örgütü (World Health Organization [WHO]) tarafından yalnızca hastalık ya da sakatlığın bulunmaması durumunun ötesinde ele alınmakta; bireyin fiziksel, ruhsal ve sosyal açıdan tam bir iyilik hâli içerisinde olması şeklinde tanımlanmaktadır. Bu yaklaşım, sağlığın çok boyutlu bir olgu olduğunu ve yalnızca biyolojik göstergelerle açıklanamayacağını ortaya koymaktadır.

Turizm ise bireylerin yaşadıkları yerden geçici bir süreliğine ayrılarak, dinlenme, eğlenme, sağlık, kültür, spor ya da sosyalleşme gibi farklı amaçlarla ülke içinde veya dışında gerçekleştirdikleri seyahat ve konaklama faaliyetlerini kapsamaktadır (Uslu, 1990). Dünya Turizm Örgütü'ne (World Tourism Organization [WTO]) göre turizm; bireylerin sürekli ikamet ettikleri yer dışında, geçici olmak kaydıyla iş, eğlence, boş zaman değerlendirme veya benzeri amaçlarla yaptıkları seyahat ve bu seyahatler sırasında gerçekleştirdikleri konaklama faaliyetlerinin bütünüdür.

Turizm hareketleri yalnızca ekonomik bir faaliyet alanı olmanın ötesinde; sosyal, kültürel, coğrafi ve politik boyutları bulunan, hem bireyleri hem de toplumları etkileyen çok yönlü bir yapı arz etmektedir (Berber, 2003). Özellikle uluslararası turizm, ülkeler açısından önemli döviz girdisi sağlayan ve hizmet sektörü içerisinde stratejik bir konuma sahip olan alanlardan biri olarak değerlendirilmektedir (Çetintaş & Bektaş, 2008).

Zaman içerisinde değişen tüketici beklentileri ve yaşam tarzları doğrultusunda turizm sektörü de dönüşüm geçirmiş; geleneksel kitle turizminin yanı sıra alternatif turizm türleri ön plana çıkmıştır. Bu kapsamda kültür turizmi, inanç turizmi, golf turizmi, yayla turizmi ve sağlık turizmi gibi yılın tamamına yayılabilen turizm türleri geliştirilmiştir (Çelik, 2009).

2. Sağlık Turizminin Gelişimi ve Tanımı

Son yıllarda sağlık turizmi, hem akademik çalışmalarda hem de uygulamada giderek artan bir ilgiyle ele alınmaktadır (Özsarı & Karatana, 2013). Küresel ölçekte sağlık turizmi; sosyal, kültürel, ticari ve politik boyutlarıyla en hızlı gelişen pazar alanlarından biri olarak kabul edilmekte ve birçok ülke için önemli bir gelir kaynağı oluşturmaktadır (Aslanova, 2013).

Her ne kadar sağlık turizmi son dönemlerde yoğun biçimde araştırmalara konu olsa da, tarihsel kökenlerinin oldukça eskiye dayandığı bilinmektedir. Sağlık turizminin temellerinin Antik Yunan'da termal suların tedavi amacıyla kullanılmasıyla atıldığı ifade edilmektedir (Aydın, 2012). Türkiye Sağlık Vakfı ve Sağlık Derneği tarafından yayımlanan ortak raporlara göre, Avrupa ve İngiltere'de Rönesans döneminde sağlık turizmine yönelik önemli gelişmeler kaydedilmiştir. Türkiye'de ise sağlık turizminin ivme kazanması, 2003 yılında uygulamaya konulan "Sağlıkta Dönüşüm Programı" ile mümkün olmuştur. Bu program kapsamında kamu ve özel sektör iş birlikleri teşvik edilmiştir (T.C. Sağlık Bakanlığı, 2011).

Sağlık turizmi genel olarak bireylerin tedavi olmak, mevcut sağlık durumlarını iyileştirmek ya da korumak amacıyla ikamet ettikleri yerin dışına yaptıkları seyahatler olarak tanımlanmaktadır (Ross, 2001; Boz, 2004; Edinsel & Adıgüzel, 2014). Bu kapsamda estetik operasyonlar, diş tedavileri, fizik tedavi, rehabilitasyon, organ nakli ve benzeri sağlık hizmetleri sağlık turizmi faaliyetleri içerisinde değerlendirilmektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2014).

Genel kabul gören bir yaklaşıma göre sağlık turizmi; sağlığın geliştirilmesi, korunması ve yeniden kazanılması amacıyla gerçekleştirilen, sağlık hizmetlerinin yanı sıra tatil ve dinlenme unsurlarını da içeren seyahat, konaklama ve organizasyon faaliyetlerinin bütünüdür (Gençay, 2007). Jonell'e (2006) göre ise sağlık turizmi, sağlıklı ve zinde kalmaya yönelik tüm faaliyetleri kapsarken; medikal turizm bu kapsamda sunulan tıbbi müdahale ve tedavileri ifade etmektedir.

3. Sağlık Turizminin Türleri

Sağlık turizmi genel olarak üç ana alt başlık altında sınıflandırılmaktadır:

Medikal Turizm: Kardiyovasküler cerrahi, radyoterapi, infertilite tedavileri, organ nakli, estetik cerrahi, göz ve diş tedavileri gibi ileri düzey tıbbi müdahaleleri kapsamaktadır. Bu hizmetler sağlık kuruluşlarında, uzman hekimler ve profesyonel sağlık personelleri tarafından sunulmaktadır.

Termal Sağlık Turizmi ve Spa-Wellness: Kaplıca tedavileri, balneoterapi, peloidoterapi, hidroterapi, talassoterapi ve klimaterapi gibi uygulamaları içermektedir. Hizmetler termal oteller, spa merkezleri ve kaplıcalarda sunulmaktadır.

İleri Yaş ve Engelli Turizmi: Yaşlı bakım hizmetleri, rehabilitasyon merkezleri, klinik otellerde sunulan hizmetler ile engellilere yönelik özel bakım ve gezi programlarını kapsamaktadır.

4. Sağlık Turizminde Faydacı ve Hedonik Tüketim Yaklaşımı

Tüketici davranışları zaman içerisinde değişen ihtiyaç ve beklentiler doğrultusunda dinamik bir yapı sergilemektedir. Günümüzde, tüketicilerin yalnızca işlevsel ihtiyaçlara odaklanan faydacı tüketimden uzaklaşarak, haz ve deneyim odaklı hedonik tüketime yöneldiği gözlemlenmektedir.

Faydacı tüketim; rasyonel, işlevsel ve gereklilik temelli bir tüketim biçimi olarak tanımlanmakta; temel amacın ihtiyacın karşılanması olduğu vurgulanmaktadır (Babin, 1994). Buna karşılık hedonik tüketim; eğlence, haz, duygusal tatmin ve öznel deneyimlere odaklanan bir tüketim anlayışını ifade etmektedir (Carpenter et al., 2005). Hedonik tüketimin temel güdülere arasında macera arayışı, rahatlatma, sosyalleşme, statü, yenilik takibi ve fırsatları değerlendirme yer almaktadır (Odabaşı, 1999; Reynolds & Arnold, 2003).

Bu dönüşüm sağlık sektöründe de kendini göstermektedir. Özellikle estetik operasyonlar gibi zorunlu olmayan sağlık hizmetlerinin artan talep görmesi, sağlık turizminde hedonik tüketim eğilimlerinin güçlendiğine işaret etmektedir.

5. Yöntem

Bu çalışmanın temel amacı, sağlık turizmi hizmetlerini faydacı ve hedonik tüketim eğilimleri doğrultusunda sınıflandıran bir skala geliştirmektir. Araştırma nitel araştırma yöntemi çerçevesinde tasarlanmış ve Ağustos–Eylül 2020 tarihleri arasında sağlık turizmi alanında uzman dokuz doktor ile derinlemesine mülakatlar gerçekleştirilmiştir. Uzmanlardan, sağlık turizmi hizmetlerini en faydacıdan en hedonik olana doğru sıralamaları istenmiş; farklı sıralamalara ilişkin gerekçeler ayrıca kayda alınmıştır. Elde edilen veriler içerik analizi yöntemiyle değerlendirilmiştir.

5.1. Uzman Görüşleri ile Sağlık Turizm Hizmetlerinin Eğilim Düzeylerine İlişkin Geliştirilen Skala

Literatürde sıklıkla hedonik tüketim ve sağlık turizm hizmetlerine ilişkin çalışmalar ile karşılaştırılmasına karşın hedonik sağlık turizm hizmetleri şeklinde

bir ölçü, ayırım, skala, derecelendirme ile karşılaşılmamıştır. Bu ihtiyaca binaen konu üzerinde uzman doktorlar ile derinlemesine mülakat yöntemiyle görüşülmüş, sağlık turizm hizmetlerinin kendi içerisinde faydacı buldukları hizmetten hedonik buldukları hizmete doğru derecelendirmeleri istenmiştir. Görüşmeler esnasında kaydedilen önemli notlara her uzmana ait skalanın tablosunda ayrı ayrı yer verilmektedir.

5.1.1. Uzman Görüşmeleri

Tablo 1. Uzman 1'in İfadeleri

1	Transplantasyon	8	Kaplıca Tedavileri ve Fizyoterapiler
2	İleri Tedaviler	9	Hidroterapi ve Egzersizleri
3	Göz, Diş, Diyaliz	10	Talossoterapiler
4	İnfertilite	11	Balneoterapi ve Peloidoterapi
5	Klinik Otelde Rehabilitasyon Hizmetleri	12	Klimaterapi
6	Yaşlı Bakım Hizmetleri	13	İleri Yaş Turizmi
7	Engelliler İçin Özel Bakım ve Gezi Turları	14	Estetik

Uzman 1'in sıralamasında sağlık turizmi hizmetleri, tıbbi zorunluluğun yüksek olduğu faydacı hizmetlerden, haz ve kişisel tercihlere dayalı hedonik hizmetlere doğru bir eksen üzerinde konumlandırılmıştır. Transplantasyon ve ileri tedaviler tamamen faydacı nitelik taşıırken, rehabilitasyon, yaşlı ve engelli bakım hizmetleri faydacı-hedonik geçiş alanında yer almaktadır. Termal ve spa-wellness uygulamaları rahatlatma ve iyi hissetme amaçlarıyla daha hedonik özellikler gösterirken, estetik hizmetler tıbbi zorunluluktan ziyade bireysel tatmin ve öznel tercihlere dayanması nedeniyle en yüksek hedonik yoğunluğa sahip hizmet olarak değerlendirilmiştir. (Tablo 1).

Tablo 2. Uzman 2'nin İfadeleri

1	Transplantasyon	8	İleri Yaş Turizmi
2	İleri Tedaviler	9	Estetik
3	Göz, Diş, Diyaliz	10	Kaplıca Tedavileri ve Fizyoterapiler
4	İnfertilite	11	Hidroterapi ve Egzersizleri
5	Klinik Otelde Rehabilitasyon Hizmetleri	12	Balneoterapi ve Peloidoterapi
6	Engelliler İçin Özel Bakım ve Gezi Turları	13	Talossoterapiler
7	Yaşlı Bakım Hizmetleri	14	Klimaterapi

Uzman 2'nin sıralamasında sağlık turizmi hizmetleri, tıbbi gereklilik düzeyi yüksek olan faydacı hizmetlerden, rahatlama, deneyim ve tercih odaklı hedonik hizmetlere doğru bir süreklilik içerisinde ele alınmıştır. Transplantasyon ve ileri tedaviler, tamamen zorunlu tıbbi müdahaleler olarak en faydacı hizmetler arasında konumlandırılmış; göz, diş, diyaliz ve infertilite hizmetleri ise temel sağlık ihtiyacına dayalı olmakla birlikte sınırlı ölçüde bireysel tercih içermeleri nedeniyle faydacı ağırlıklı bir geçiş alanında değerlendirilmiştir. Klinik otelede rehabilitasyon, yaşlı ve engellilere yönelik bakım hizmetleri hem sağlık ihtiyacını hem de yaşam kalitesini artırma amacını birlikte taşıdığından karma nitelik göstermektedir. Sıralamanın üst bölümünde yer alan estetik, kaplıca, hidroterapi, balneoterapi, talassoterapi ve klimaterapi gibi hizmetler ise tedavi edici yönlerinin yanında rahatlama ve iyi hissetme beklentilerini öne çıkarmaları nedeniyle daha yüksek hedonik tüketim yoğunluğu taşıyan sağlık turizmi hizmetleri olarak değerlendirilmiştir.

Tablo 3. Uzman 3'ün İfadeleri

1	İleri Tedaviler	8	İleri Yaş Turizmi
2	Transplantasyon	9	Kaplıca Tedavileri ve Fizyoterapiler
3	Göz, Diş, Diyaliz	10	Talassoterapiler
4	İnfertilite	11	Hidroterapi ve Egzersizleri
5	Engelliler İçin Özel Bakım ve Gezi Turları	12	Klimaterapi
6	Yaşlı Bakım Hizmetleri	13	İleri Tedaviler
7	Klinik Otelde Rehabilitasyon Hizmetleri	14	Balneoterapi ve Peloidoterapi

Uzman 3'ün değerlendirmesinde sağlık turizmi hizmetleri, tıbbi zorunluluğu yüksek olan faydacı uygulamalardan, rahatlama ve iyi hissetme odaklı hedonik hizmetlere doğru kademeli bir yapı içerisinde sıralanmıştır. İleri tedaviler ve transplantasyon, bireyin yaşamını sürdürmesine yönelik olması nedeniyle en faydacı hizmetler olarak konumlandırılmış; göz, diş, diyaliz ve infertilite hizmetleri ise temel sağlık ihtiyacına dayalı olmakla birlikte sınırlı düzeyde bireysel tercihler içeren hizmetler olarak değerlendirilmiştir. Engellilere yönelik özel bakım, yaşlı bakım hizmetleri ve klinik otelede rehabilitasyon uygulamaları, sağlık gereksinimi ile yaşam kalitesini artırma amacını birlikte barındırmaları nedeniyle faydacı-hedonik geçiş alanında yer almaktadır. Sıralamanın üst bölümünde bulunan kaplıca, talassoterapi, hidroterapi, klimaterapi ve balneoterapi gibi termal ve wellness hizmetleri ise tedavi edici yönlerinin yanı sıra dinlenme ve yenilenme beklentilerini

karşılamları sebebiyle daha yüksek hedonik tüketim yoğunluğu gösteren sağlık turizmi hizmetleri olarak ele alınmıştır.

Tablo 4. Uzman 4'ün İfadeleri

1	İleri Tedaviler	8	İleri Yaş Turizmi
2	Transplantasyon	9	Estetik
3	Göz, Diş, Diyaliz	10	Kaplıca Tedavileri ve Fizyoterapiler
4	İnfertilite	11	Hidroterapi ve Egzersizleri
5	Engelliler İçin Özel Bakım ve Gezi Turları	12	Balneoterapi ve Peloidoterapi
6	Yaşlı Bakım Hizmetleri	13	Talassoterapiler
7	Klinik Otelde Rehabilitasyon Hizmetleri	14	Klimaterapi

Uzman 4'ün sıralamasında sağlık turizmi hizmetleri, tıbbi zorunluluğun belirleyici olduğu faydacı hizmetlerden, rahatlama ve kişisel tercihlere dayalı hedonik hizmetlere doğru ilerleyen bir yapı içerisinde değerlendirilmiştir. İleri tedaviler ve transplantasyon, tamamen zorunlu tıbbi müdahaleler olmaları nedeniyle en faydacı hizmetler olarak konumlandırılmış; göz, diş, diyaliz ve infertilite hizmetleri ise temel sağlık ihtiyacına yönelik olmaları sebebiyle faydacı ağırlıklı bir geçiş alanında yer almıştır. Engellilere yönelik özel bakım, yaşlı bakım hizmetleri ve klinik otelde rehabilitasyon uygulamaları, sağlık gereksinimi ile yaşam kalitesini artırma amacını birlikte barındırmaları nedeniyle karma özellik göstermektedir. Sıralamanın üst bölümünde bulunan estetik ile kaplıca, hidroterapi, balneoterapi, talassoterapi ve klimaterapi gibi termal ve spa-wellness hizmetleri ise tedavi edici yönlerinin yanında rahatlama, yenilenme ve haz odaklı beklentileri karşılamaları sebebiyle hedonik tüketim yoğunluğu yüksek sağlık turizmi hizmetleri olarak değerlendirilmiştir.

Tablo 5. Uzman 5'in İfadeleri

1	İleri Tedaviler	8	Kaplıca Tedavileri ve Fizyoterapiler
2	Transplantasyon	9	Talassoterapiler
3	Göz, Diş, Diyaliz	10	Hidroterapi ve Egzersizleri
4	İnfertilite	11	Balneoterapi ve Peloidoterapi
5	Engelliler İçin Özel Bakım ve Gezi Turları	12	Klimaterapi
6	Yaşlı Bakım Hizmetleri	13	İleri Yaş Turizmi
7	Klinik Otelde Rehabilitasyon Hizmetleri	14	Estetik

Uzman 5'in sıralamasında sağlık turizmi hizmetleri, tıbbi gereklilik ve zorunluluk düzeyi yüksek olan faydacı uygulamalardan, kişisel tercih, haz ve deneyim odaklı hedonik hizmetlere doğru bir eksen üzerinde konumlandırılmıştır. İleri tedaviler ve transplantasyon, bireyin sağlık ve yaşamını sürdürmesine yönelik olması nedeniyle en faydacı hizmetler olarak değerlendirilmiş; göz, diş, diyaliz ve infertilite hizmetleri ise temel sağlık ihtiyacını karşılamakla birlikte sınırlı ölçüde bireysel tercihler içeren hizmetler olarak faydacı ağırlıklı bir geçiş alanında yer almıştır. Engellilere yönelik özel bakım, yaşlı bakım hizmetleri ve klinik otelde rehabilitasyon uygulamaları, sağlık gereksinimi ile yaşam kalitesini artırma amacını birlikte barındırmaları nedeniyle karma nitelik taşımaktadır. Sıralamanın üst bölümünde yer alan kaplıca, talassoterapi, hidroterapi, balneoterapi ve klimaterapi gibi termal ve spa-wellness hizmetleri, rahatlatma ve iyi hissetme beklentilerini öne çıkarmaları nedeniyle daha yüksek hedonik tüketim yoğunluğu göstermekte; estetik hizmetler ise tıbbi zorunluluktan ziyade öznel tatmin ve bireysel beğeniye dayanması sebebiyle en hedonik sağlık turizmi hizmeti olarak konumlandırılmaktadır.

Tablo 6. Uzman 6'nın İfadeleri

1	Transplantasyon	8	İleri Yaş Turizmi
2	Göz, Diş, Diyaliz	9	Estetik
3	İleri Tedaviler	10	Kaplıca Tedavileri ve Fizyoterapiler
4	İnfertilite	11	Hidroterapi ve Egzersizleri
5	Klinik Otelde Rehabilitasyon Hizmetleri	12	Balneoterapi ve Peloidoterapi
6	Engelliler İçin Özel Bakım ve Gezi Turları	13	Talassoterapiler
7	Yaşlı Bakım Hizmetleri	14	Klimaterapi

Uzman 6'nın sıralamasında sağlık turizmi hizmetleri, hayati ve tıbbi zorunluluğu yüksek olan faydacı uygulamalardan, rahatlatma, deneyim ve kişisel tercihlere dayalı hedonik hizmetlere doğru bir süreklilik içerisinde ele alınmıştır. Transplantasyon, ileri tedaviler ile göz, diş ve diyaliz hizmetleri, temel sağlık gereksinimlerini karşılamaya yönelik olmaları nedeniyle faydacı ağırlıklı hizmetler olarak konumlandırılmış; infertilite ve klinik otelde rehabilitasyon hizmetleri ise sağlık ihtiyacı ile yaşam kalitesini artırma amacını birlikte taşıyan geçiş niteliğinde hizmetler olarak değerlendirilmiştir. Engellilere yönelik özel bakım ve yaşlı bakım hizmetleri, hem bakım hem de yaşam konforu unsurlarını içermeleri nedeniyle karma özellik göstermektedir. Sıralamanın üst bölümünde yer alan estetik ile kaplıca, hidroterapi, balneoterapi, talassoterapi

ve klimaterapi gibi termal ve spa-wellness hizmetleri ise tıbbi gereklilikten ziyade rahatlatma, iyi hissetme ve öznel tatmin beklentilerini öne çıkarmaları sebebiyle hedonik tüketim yoğunluğu yüksek sağlık turizmi hizmetleri olarak değerlendirilmiştir.

Tablo 7. Uzman 7'nin İfadeleri

1	Transplantasyon	8	İleri Yaş Turizmi
2	İleri Tedaviler	9	Kaplıca Tedavileri ve Fizyoterapiler
3	Göz, Diş, Diyaliz	10	Hidroterapi ve Egzersizleri
4	İnfertilite	11	Balneoterapi ve Peloidoterapi
5	Engelliler İçin Özel Bakım ve Gezi Turları	12	Talassoterapiler
6	Klinik Otelde Rehabilitasyon Hizmetleri	13	Klimaterapi
7	Yaşlı Bakım Hizmetleri	14	Estetik

Uzman 7'nin sıralamasında sağlık turizmi hizmetleri, tıbbi zorunluluk düzeyi yüksek olan faydacı uygulamalardan, haz ve deneyim odaklı hedonik hizmetlere doğru aşamalı bir yapı içerisinde değerlendirilmiştir. Transplantasyon ve ileri tedaviler, herhangi bir tercihe dayanmaksızın hayati gereklilikler içermesi nedeniyle en faydacı hizmetler olarak konumlandırılmış; göz, diş, diyaliz ve infertilite hizmetleri ise temel sağlık ihtiyacına yönelik olmakla birlikte sınırlı ölçüde bireysel tercih barındıran hizmetler olarak değerlendirilmiştir. Engellilere yönelik özel bakım, klinik otelde rehabilitasyon ve yaşlı bakım hizmetleri, sağlık gereksinimi ile yaşam kalitesini artırma amacını birlikte taşıdıkları için faydacı–hedonik geçiş alanında yer almaktadır. Sıralamanın üst bölümünde bulunan kaplıca, hidroterapi, balneoterapi, talassoterapi ve klimaterapi gibi termal ve spa-wellness hizmetleri rahatlatma ve iyi hissetme beklentilerini öne çıkarmaları nedeniyle daha yüksek hedonik tüketim yoğunluğu göstermekte; estetik hizmetler ise tıbbi zorunluluktan bağımsız, büyük ölçüde öznel tatmin ve kişisel beğeniye dayalı olması sebebiyle en hedonik sağlık turizmi hizmeti olarak değerlendirilmektedir.

Tablo 8. Uzman 8'in İfadeleri

1	Transplantasyon	8	İleri Yaş Turizmi
2	İleri Tedaviler	9	Kaplıca Tedavileri ve Fizyoterapiler
3	Göz, Diş, Diyaliz	10	Hidroterapi ve Egzersizleri
4	İnfertilite	11	Balneoterapi ve Peloidoterapi
5	Engelliler İçin Özel Bakım ve Gezi Turları	12	Talassoterapiler
6	Yaşlı Bakım Hizmetleri	13	Klimaterapi
7	Klinik Otelde Rehabilitasyon Hizmetleri	14	Estetik

Uzman 8'in sıralamasında sağlık turizmi hizmetleri, temel sağlık gereksinimlerini karşılayan faydacı uygulamalardan, rahatlatma ve kişisel tatmin odaklı hedonik hizmetlere doğru bir çizgide değerlendirilmiştir. Transplantasyon, ileri tedaviler, göz, diş ve diyaliz ile infertilite hizmetleri, doğrudan sağlık gereksinimini karşılamaları nedeniyle en faydacı hizmetler olarak konumlandırılmıştır. Engelliler için özel bakım, yaşlı bakım ve klinik otelde rehabilitasyon hizmetleri, hem sağlık ihtiyacını hem de yaşam kalitesini desteklemeleri açısından faydacı-hedonik geçiş alanında yer almaktadır. Kaplıca ve spa-wellness uygulamaları (hidroterapi, balneoterapi, talassoterapi, klimaterapi) rahatlatma ve iyi hissetme beklentilerini ön plana çıkarmakta; estetik hizmet ise öznel tatmin ve kişisel tercih odaklı olması nedeniyle en hedonik sağlık turizmi hizmeti olarak değerlendirilmiştir.

Tablo 9. Uzman 9'un İfadeleri

1	İleri Tedaviler	8	Kaplıca Tedavileri ve Fizyoterapiler
2	Transplantasyon	9	Klimaterapi
3	Göz, Diş, Diyaliz	10	Hidroterapi ve Egzersizleri
4	Yaşlı Bakım Hizmetleri	11	Balneoterapi ve Peloidoterapi
5	Klinik Otelde Rehabilitasyon Hizmetleri	12	Talassoterapiler
6	İnfertilite	13	İleri Yaş Turizmi
7	Engelliler İçin Özel Bakım ve Gezi Turları	14	Estetik

Uzman 9'un sıralamasında sağlık turizmi hizmetleri, faydacıdan hedonik hizmetlere doğru bir spektrumda değerlendirilmiştir. İleri tedaviler ve transplantasyon, doğrudan sağlık ihtiyaçlarını karşıladıkları için en faydacı

hizmetler arasında yer almaktadır. Göz, diş, diyaliz ve yaşlı bakım hizmetleri, hem temel sağlık gereksinimini hem de yaşam kalitesini destekleyen faydacı-hedonik ara hizmetler olarak konumlanmıştır. Klinik otelde rehabilitasyon, talassoterapi ve ileri yaş turizmi, hem sağlık hem de kişisel tatmin unsurlarını içeren geçiş hizmetleri olarak değerlendirilmiştir. En hedonik hizmet ise, estetik uygulamalar olup, kullanıcıların fiziksel ve psikolojik tatmin beklentilerini karşılaması nedeniyle bu konumda yer almıştır.

6. Sonuç ve Öneriler

Araştırma sonucunda sağlık turizmi hizmetlerinin faydacıdan hedonik tüketime uzanan bir süreklilik içerisinde konumlandırılabilceği bir skala oluşturulmuştur (Tablo 10).

Tablo 10. Araştırma Sonucunda Elde Edilen Skala

1	Transplantasyon	8	İleri Yaş Turizmi
2	İleri tedaviler	9	Kaplıca Tedavileri Ve Fizyoterapiler
3	Göz, Diş, Diyaliz	10	Klimaterapi
4	İnfertilite	11	Balneoterapi
5	Engelliler İçin Özel Bakım Ve Gezi Turları	12	Talossoterapiler
6	Klinik Otelde Rehabilitasyon Hizmetleri	13	Hidroterapi Ve Egzersizleri
7	Yaşlı Bakım Hizmetleri	14	Estetik

Araştırma sonucunda elde edilen Tablo 10'daki skala, sağlık turizmi hizmetlerinin faydacıdan hedonik tüketime doğru bir yoğunluk spektrumu üzerine konumlandırıldığını göstermektedir. Bu sıralama, hizmetlerin temel sağlık gereksinimlerini karşılamaya yönelik işlevsel değerleri ile kullanıcıların kişisel haz ve tatmin beklentilerini ne ölçüde karşıladığı arasındaki farkları ortaya koymaktadır.

En faydacı hizmetler olarak sıralamada yer alan transplantasyon (1), ileri tedaviler (2) ve göz, diş, diyaliz hizmetleri (3) doğrudan hayati sağlık ihtiyaçlarını karşılamakta ve tüketicinin fiziksel iyilik hali üzerinde belirleyici rol oynamaktadır. Bu hizmetler, temel tedavi amaçlı seyahati gerektirir ve hedonik unsurlar minimal düzeydedir.

Ara skalanın orta noktalarında yer alan infertilite tedavileri (4), engelliler için özel bakım ve gezi turları (5), klinik otelde rehabilitasyon hizmetleri (6) ve yaşlı bakım hizmetleri (7) hem faydacı hem de sınırlı hedonik değerler içermektedir. Bu hizmetler yalnızca sağlık odaklı değil, aynı zamanda

bireylerin yaşam kalitesini, sosyal etkileşimini ve kişisel memnuniyetini artıracak unsurlar da taşımaktadır. Örneğin, engelliler için gezi turları veya rehabilitasyon hizmetleri, tedaviye ek olarak bireyin psikososyal iyilik halini destekleyen aktiviteler içerir.

Skalanın daha hedonik uçları, ileri yaş turizmi (8), kaplıca tedavileri ve fizyoterapiler (9), klimaterapi (10), balneoterapi (11), talosoterapiler (12) ve hidroterapi ve egzersizler (13) ile temsil edilmektedir. Bu hizmetler, hem sağlık koruma ve iyileştirme amaçlı hem de bireysel haz, rahatlama ve keyif beklentilerini karşılayacak şekilde tasarlanmıştır. Özellikle spa, termal ve fiziksel aktivite odaklı uygulamalar, tedavi niteliğinin yanında tüketicinin duygusal ve estetik tatminini de ön plana çıkarır.

En hedonik hizmet olarak konumlanan estetik uygulamalar (14) ise, tüketicinin zorunlu olmayan, tamamen kişisel haz ve özgüven artırıcı ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik hizmetlerdir. Bu noktada sağlık turizmi, artık sadece tedavi amaçlı değil, bireyin kendini iyi hissetme, görünümünü iyileştirme ve yaşam kalitesini artırma gibi hedonik motivasyonlarla da şekillenmektedir.

Genel olarak, elde edilen skala, sağlık turizmi pazarında tüketici davranışlarını faydacı ve hedonik eksen üzerinden sınıflandırarak, sektörde pazarlama stratejileri, hizmet tasarımı ve müşteri segmentasyonu açısından önemli bir referans sağlamaktadır. Skala, sağlık hizmetlerinin niteliğini ve tüketici beklentilerini dikkate alarak hizmetlerin konumlandırılmasını kolaylaştırmakta ve hedonik motivasyonların giderek daha belirleyici hale geldiğini göstermektedir.

Geliştirilen bu skalanın, sağlık turizmi pazarlamasında stratejik planlama süreçlerine katkı sağlayacağı; ayrıca ileride yapılacak akademik çalışmalar için kuramsal bir çerçeve sunacağı düşünülmektedir.

Kaynakça

- Aslanova, K. (2013). *Sağlık turizmi ve ekonomik etkileri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Aydın, D. (2012). Sağlık turizmi ve tarihsel gelişimi. *Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 45–60.
- Babin, B. J. (1994). Work and/or fun: Measuring hedonic and utilitarian shopping value. *Journal of Consumer Research*, 20(4), 644–656.
- Berber, Ş. (2003). Turizmin sosyo-kültürel etkileri. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(1), 201–215.
- Boz, M. (2004). Sağlık turizmi kavramı ve gelişimi. *Sağlık Yönetimi Dergisi*, 6(2), 129–140.
- Carpenter, J. M., Moore, M., & Fairhurst, A. (2005). Consumer shopping value for retail brands. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 9(1), 43–53.
- Çelik, S. (2009). Alternatif turizm türleri ve Türkiye. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Çetintaş, H., & Bektaş, Ç. (2008). Türkiye’de turizm ve ekonomik büyüme ilişkisi. *Anatolia*, 19(1), 37–52.
- Edinsel, S., & Adıgüzel, O. (2014). Sağlık turizmi uygulamaları. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 171–190.
- Gençay, S. (2007). Sağlık turizmi ve Türkiye. İstanbul: Beta Yayınları.
- Jonell, O. (2006). Health tourism and medical travel. *Tourism Review*, 61(3), 27–35.
- Odabaşı, Y. (1999). *Tüketici davranışı*. İstanbul: MediaCat.
- Özsarı, S. H., & Karatana, Ö. (2013). Sağlık turizmi ve Türkiye. *Sağlık Akademisyenleri Dergisi*, 1(1), 1–9.
- Reynolds, K. E., & Arnold, M. J. (2003). Hedonic shopping motivations. *Journal of Retailing*, 79(2), 77–95.
- Ross, K. (2001). Health tourism: An overview. *Tourism Management*, 22(1), 1–8.
- T.C. Sağlık Bakanlığı. (2011). *Sağlık turizmi ve turist sağlığı uygulama rehberi*. Ankara.
- Uslu, A. (1990). *Turizmin temel kavramları*. İzmir: Ege Üniversitesi Yayınları.

