

- A. Seyfullahoğulları / Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi 3(2014) 41-64*  
*A. Seyfullahoğulları / Nevşehir Hacı Bektaş Veli University Journal of Social Sciences 3(2014) 41-64*

## **TURİZM SEKTÖRÜNDE ÇOK AMAÇLI KULLANILAN MEDİKAL TURİZM: BİR SAĞLIK KURULUŞUNDA ARAŞTIRMA**

Doç.Dr. Ayhan Seyfullahoğulları  
Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu  
cetins@marmara.edu.tr

### **ÖZET**

Dünya gündeminde çok önemli bir yer tutan turizmden; ekonomik, sosyal ve kültürel anlamda beklentileri olan Türkiye'nin turizm olgusuna bakış açısını genişletmesi gerekmektedir. Bu çalışmada, turizmin çeşitlendirilmesinde gittikçe artan bir öneme sahip olan Medikal Turizmin dünyadaki ve ülkemizdeki mevcut durumunu ortaya koymak, ülkemizin bu sektördeki payını arttırmak için yapılması gerekenleri belirlemek ve hizmet sunan sağlık personelinin hizmet sunumu açısından gerekli olan eğitim gereksinimlerini ortaya çıkarmak amaçlanmıştır. Veri grubuna öncelikle boyut indirgeme amacına yönelik olarak faktör analizi uygulanmış, daha sonra tanımsal analiz yapılmış ve elde edilen sonuçlar yorumlanmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Medikal Turizm, Faktör Analizi, Tanımsal Analiz.

## **MEDICAL TOURISM WHICH IS USED WITH A VARIETY OF PURPOSE IN TOURISM SECTOR: A RESEARCH IN A HEALTH INSTITUTION**

### **ABSTRACT**

Tourism plays a very significant role in the global agenda. Turkey, which has expectations in economic, social and cultural sense, must develop the viewpoint for tourism phenomenon. In this study, it is aimed at displaying the current situation of medical tourism, which has an increasing importance in the diversification of tourism, in the world and in Turkey; at signifying what must be done in order to increase the share of Turkey in this sector and at revealing the educational needs of the service providing health staff which are necessary for the service presentation. The data group is first primarily applied factor analysis with the aim of dimension reduction and later definitional analysis applied and the gathered results have been interpreted.

**Keywords:** Medical Tourism, Factor Analysis, Definitional Analysis.

## 1. GİRİŞ

Turizm bir hizmet sektörü olduğundan, turizmde üretilen mal ve hizmetler üretildikleri yerde tüketime sunulur. Sektörde, müşteri, mal ve hizmetin üretildiği yerde tüketimde bulunur. Sektörün ürettiği mal ve hizmetlerin tüketilmesi boş zamanın yaratılması ile mümkündür. (Ürger, 1992:S.13).

Dünya'da yaklaşık 210 milyon kişiye istihdam sağlayan (küresel istihdamın % 7,6'sı) turizm sektörü, ekonomik gelişim ve değişime çok önemli bir katkı sağlamaktadır. Sektörün 2009 yılında 5.474 milyar dolar hacme ulaştığı tahmin edilmektedir. (1 Travel & Tourism Economics Impact, wtcc, 2009). WTO (World Travel Organization)'nun hazırladığı bir rapora göre, 2020 yılınsa turist sayısının dünya genelinde yaklaşık 1.6 milyar kişi olacağı tahmin edilmektedir. Dünya turizm parselinin mali boyutunun ise, yaklaşık 2 trilyon dolar olması beklenmektedir. (WTO Tourism 2020 Vision, 1996, s.3)

Dünyadaki turizm gelirlerinin bölgesel dağılımında Avrupa ilk sırada yer almakta, bu kıtayı sırasıyla Amerika, Asya ve Afrika izlemektedir. Turizm başta gelişmekte olan ülkeler olmak üzere, turizm potansiyeline sahip birçok ülkede; istihdama, gelir düzeyine, dış-iç borç yükünün hafiflemesine, ödemeler dengesine ve ülke insanının refah düzeyinin yükselmesine vesile olur. (Marcouiller, Kim ve Deller, 2004, ss.1031-1050).

Medikal turizm dünyada yaşanan küreselleşme süreci, ülke sağlık sistemlerinde yaşanan problemler (uzun bekleme listeleri, yükselen maliyetler ve hizmetlerde kalite problemleri gibi) tüketicilerin bilinçlenmesi sonucu hızla büyüyen bir sektördür (Yıldırım ve Altunkaya, 2006, s.1). Medikal turizm; genel olarak cerrahi veya özel uzmanlık gerektiren diğer tıbbi müdahaleleri içeren uygulamalara ihtiyaç gösteren hastalara "maliyet etkin" özel tıbbi bakım verilmesi amacıyla turizm endüstrisi ile işbirliği yapılmasıdır. (Kiremit, 2008, s.5).

Medikal turizmde esas olan düşünce, bazı alışlagelmiş prosedürlerden kurtulup daha rahat ve konforlu bir ortamda tedavi görmek ve sağlığı destekleyen kaliteli hizmeti almaktır. Bir taraftan lüks bir otel hizmeti alırken diğer yandan da daha sağlıklı olma amacı güdülür. Bu turizmin gelişmesinde en önemli etken düşük tedavi masraflarının yanı sıra, bu ülkelerdeki gelişen tıp teknolojisi, düşük ulaştırma giderleri, ucuz otel hizmetleri ve internet pazarlaması gibi etkenlerdir. (Connell, 2006, s.1).

Medikal turizm, cerrahi, tıbbi veya diş hekimliğinin konusu içinde yer alan herhangi bir tedavi uygulamasını almak amacıyla kişilerin bir başka ülkeye gitmeleri anlamında kullanılabilir. Medikal turizm, teşhis, tedavi, rehabilitasyon uygulamaları ile otelcilik, acentecilik, tanıtım ve ekonomi gibi kavramları içerir (Kiremit, 2008, s.5).

*A. Seyfullahoğulları / Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi 3(2014) 41-64*  
*A. Seyfullahoğulları / Nevşehir Hacı Bektaş Veli University Journal of Social Sciences 3(2014) 41-64*

Bu süreçte hem sağlık sektörü hem de turizm sektörü rol almaktadır. Batıdaki yüksek tedavi ücretleri, uzun bekleme listeleri veya az gelişmiş ülkelerdeki tedavi imkânlarının yetersizliği gibi sebeplerle insanlar farklı ülkelere seyahat etmektedirler. Türkiye, kaliteli tedavi standartları, olağanüstü zengin tarihi, kültürü, güzel kumsalları, manzarası ve konuksever insanları ile birleşince, ülkeyi rakiplerinden ayıran bir pazar haline gelmekte ve Türkiye'ye uluslararası alanda rekabet etmek için güçlü bir temel sağlamaktadır.

Medikal turizm işini etkili ve verimli bir biçimde gerçekleştirebilmek için temelde üç unsurun varlığı gerekli olmaktadır. Bu üç unsurun varlığı, uyumu ve işletilmesi var olan potansiyelin etkili kullanımını da beraberinde getirmektedir. Bu unsurlardan birisi turizm olanakları (iklim, doğa, tarih, vb), diğeri sağlık hizmetleri olanakları (hastaneler, personel, teknolojik imkânlar, uzmanlıklar, uygun fiyatlar, vb) ve üçüncüsü de müşteri ile sağlık turizmi sektörünü buluşturacak profesyonel organizasyonların varlığıdır.

Bu çalışmanın birinci bölümünde medikal turizm kavramı tanıtılmış ve medikal turizmin dünya ve Türkiye'deki önemine dikkat çekilmeye çalışılmıştır. Çalışmanın ikinci bölümünde, araştırmanın amacı, kullanılan örneklem, veri toplama tekniği, verinin güvenilirlik analizi ve değişkenler arasında ilişkisiz daha az sayıda değişkene indirgeyen (boyut indirgeme) faktör analizi uygulanmıştır. Üçüncü bölümde ise, örneklem grubunda yer alan katılımcıların demografik özellikleri frekans ve yüzde tanımlayıcı istatistikleri ile gösterilmiş müteakiben yabancı müşterilerin karşılaştıkları sorunlar ile ülkemizdeki hastaneleri seçme nedenleri incelenmiştir.

## **2. ARAŞTIRMA VE YÖNTEM**

Literatür taraması ve Türkiye'de Medikal Turizm amaçlı faaliyet gösteren örnek hastanenin yönetici kadrosu ile mevcut durumun tespiti ve geliştirilmesi için yapılması gereken konuları ortaya çıkaracak şekilde incelenecektir.

### **2.1. Araştırmanın Amacı**

Araştırma, öncü kuruluşların geçmişten bu yana yapmış oldukları faaliyetlerde karşılaştıkları problemleri ortaya çıkarmayı ve kalıcı çözüm önerilerini bulmayı kapsamaktadır. Çalışmanın amacı, ülkemizin bu sektördeki payını arttırmak için yapılması gerekenleri belirlemek ve hizmet sunan sağlık personelinin hizmet sunumu açısından gerekli olan eğitim gereksinimlerini belirlemektir.

## 2.2. Araştırma Evreni ve Örneklem

Örnek hastanenin kuruluşundan itibaren, yönetim açısından, sektörde yapmış olduğu uygulamalar ve faaliyet süreci içerisindeki gelişmelere uyum sağlamak ve rekabet edebilmek için geliştirdiği politikalar ile ilgili değerlendirme yaparak, konuyu sektörde faaliyet gösteren diğer kuruluşlara örnek olması açısından incelemek doğru bir yaklaşım olacaktır. Sektörde doğru tespitler yapmak ve kalıcı çözümler üretebilecek projeler ortaya koyabilmek için yönetici kadro ile çalışma detaylandırılacaktır.

## 2.3. Veri Toplama Teknikleri

Örnek Hastanedeki incelemede, konunun detaylandırılması ve geçmiş tecrübelerinden yararlanılması açısından daha verimli sonuçlara ulaşılabileceği düşüncesi ile çalışma yönetici kadro ile ve yüz yüze görüşme ve hastane personeline de hizmet sunumunun etkinliği konusunda anket yöntemi uygulanacaktır.

## 2.4. Verilerin Analizi

Yüzü yüze görüşme ve anket yöntemiyle elde edilen bulgular SPSS paket programında analiz edilecektir. Veriler Frekans, Yüzde ve Ki-Kare analizlerine tabi tutulacak ve hipotezler test edilecektir. Ankette yabancı hastaların tercih nedenlerinin belirlenmesine yönelik olarak oluşturulan 11 sorunun güvenilirliğinin test edilmesinde Alfa Katsayısından (Cronbach Alfa) yararlanılmıştır. Yapılan analizlerde 150 katılımcıdan elde edilen veriler kullanılmıştır. Ayrıca soruların, alfa katsayısına ne derecede ve ne yönde etkide bulduklarını saptayabilmek için; “Değişken Silindiği Takdirde Ölçeğin Alfa Katsayısı” (Alpha if Item Deleted) değerleri her bir faktör için ayrı ayrı hesaplanmıştır. Söz konusu değerler, herhangi bir değişken silindiği takdirde, geri kalan değişkenlerin iç tutarlılıklarını göstermektedir.

Bu kapsamda Yabancı Hastaların Tercih Nedenleri Faktörünün güvenilirlik katsayısının  $\alpha = 0,900$  olduğu gözlenmektedir.

**Tablo 1.** Yabancı Hastaların Tercih Nedenleri Sorusunun Güvenilirlik Değeri

Cronbach Alpha	Madde Sayısı
,900	11

Madde silindiğinde Cronbach Alpha değerleri incelendiğinde ise “Tedavi Maliyetlerinin Düşük Olması”, “Ucuz Ülke Olması” ve “Sağlık Hizmeti Yanında Turistik Özelliklerinin Fazla Olması” maddelerinin sorunun güvenilirliğini bir miktar düşürmekle birlikte ankette çıkarılmalarının güvenilirliğe çok büyük bir katkı sağlamayacağı

- A. Seyfullahoğulları / Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi 3(2014) 41-64*  
*A. Seyfullahoğulları / Nevşehir Hacı Bektaş Veli University Journal of Social Sciences 3(2014) 41-64*

anlaşılmaktadır. Bu çerçevede bu sorunun 11 maddelik yapısı korunarak faktör analizinin bu yapı üzerinden gerçekleştirilmesinin uygun olacağı sonucuna varılmıştır.

**Tablo 2.** Yabancı Hastaların Tercih Nedenleri Sorusunu Oluşturan Maddelerin Güvenilirliğine Etkileri

	Madde Silindiğinde Ölçek Ortalaması	Madde Silindiğinde Ölçek Varyansı	Düzeltilmiş Madde Bütün Korelasyonu	Madde Silindiğinde Cronbach Alpha
Tedavi Maliyetinin Düşük Olması	39,8246	61,084	,380	,910
Yüksek Standartta Sağlık Hizmeti	38,7105	57,854	,790	,883
Coğrafi Açından Yakın Olması	39,3158	59,404	,588	,894
Ucuz Ülke Olması	39,5351	61,755	,447	,902
Sağlık Hizmeti Yanında Turistik Özelliklerinin Fazla Olması	39,4737	63,384	,325	,910
Hijyene Önem Vermesi	38,7719	57,470	,791	,883
Hizmet Verme Süresi	38,7281	59,173	,673	,889
Hastanenin Teknik Donanımı	38,4912	57,757	,851	,881
Hastanenin Hekim Kadrosu	38,6316	57,792	,765	,884
Hastanenin Uluslararası Standardı	38,5000	57,597	,864	,880
Aracı Kuruluşların Yönlendirmesi	38,7018	58,618	,764	,885

Tablo 3'deki Faktör Analizi sonuçlarından anketin 3 faktörden oluştuğu anlaşılmaktadır. Ayrıca varyans değerleri incelendiğinde anketi oluşturan 3 faktörün toplam varyansın %80'sini açıkladığı, diğer bir ifade ile yabancıların ülkemizdeki hastaneleri seçme nedenlerini %80 oranında ölçtüğü söylenebilir.

**Tablo 3.** Yabancı Hastaların Tercih Nedenleri Sorusunun Faktör Analizi Sonuçları

Bileşen	İlk Eigendeğerler			Yüklemeler Toplamı		
	Toplam	% Varyans	Toplam %	Toplam	% Varyans	Toplam %
1	6,196	56,331	56,331	5,408	49,164	49,164
2	1,571	14,284	70,615	2,154	19,580	68,745
3	1,067	9,704	80,319	1,273	11,575	80,319
4	,481	4,374	84,693			
5	,415	3,768	88,461			
6	,389	3,533	91,994			
7	,296	2,690	94,684			
8	,220	2,003	96,687			
9	,183	1,664	98,352			
10	,126	1,143	99,494			
11	,056	,506	100,000			

Tablo 4’de verilen Temel Bileşenler analizi sonrasında elde edilen bileşen matrisinde de anketin 3 faktörden oluştuğu anlaşılmalı birlikte, belirgin bir faktör yapısı elde edilememiştir. Bu nedenle her bir faktörün yüklemelerini daha net olarak görerek faktörler arası karşılaştırmaya imkân vermek amacıyla elde edilen 3 faktörlük sonuç yönlendirmeye tabii tutulmuştur. Bu amaçla Varimax Yönlendirme metodu kullanılmıştır.

**Tablo 4** Bileşen Matrisi

	Bileşen		
	1	2	3
Tedavi Maliyetinin Düşük Olması	,401	,748	-,223
Yüksek Standartta Sağlık Hizmeti	,864	-,011	-,173
Coğrafi Açından Yakın Olması	,213	,724	-,231
Ucuz Ülke Olması	,433	,714	,304
Sağlık Hizmeti Yanında Turistik Özelliklerinin Fazla Olması	,384	,036	,876
Hijyene Önem Vermesi	,869	-,187	,073
Hizmet Verme Süresi	,801	-,307	-,188
Hastanenin Teknik Donanımı	,933	-,182	-,112
Hastanenin Hekim Kadrosu	,857	-,207	,140
Hastanenin Uluslar Arası Standardı	,932	-,125	,006
Aracı Kuruluşların Yönlendirmesi	,841	-,075	-,024

Yönlendirme sonrasında, Yüksek Standartta Sağlık Hizmeti, Hijyene Önem Vermesi, Hizmet Verme Süresi, Hastanenin Teknik Donanımı, Hastanenin Hekim Kadrosu, Hastanenin Uluslar Arası Standardı, Aracı Kuruluşların Yönlendirmesi maddeleri 1 nci Faktör, Tedavi Maliyetinin Düşük Olması, Coğrafi Açından Yakın Olması, Ucuz Ülke Olması 2 nci Faktör, Sağlık Hizmeti Yanında Turistik Özelliklerinin Fazla Olması ise yalnız başına 3ncü Faktör altında yer almıştır.

**Tablo 5** Yönlendirilmiş Bileşen Matrisi

	Bileşen		
	1	2	3
Tedavi Maliyetinin Düşük Olması	,112	<b>,868</b>	-,066
Yüksek Standartta Sağlık Hizmeti	<b>,818</b>	,328	,001
Coğrafi Açından Yakın Olması	,394	<b>,739</b>	-,054
Ucuz Ülke Olması	,077	<b>,762</b>	,451
Sağlık Hizmeti Yanında Turistik Özelliklerinin Fazla Olması	,206	,028	<b>,934</b>
Hijyene Önem Vermesi	<b>,853</b>	,128	,225
Hizmet Verme Süresi	<b>,876</b>	,036	-,054
Hastanenin Teknik Donanımı	<b>,937</b>	,186	,058
Hastanenin Hekim Kadrosu	<b>,840</b>	,095	,286
Hastanenin Uluslar Arası Standardı	<b>,897</b>	,219	,179
Aracı Kuruluşların Yönlendirmesi	<b>,799</b>	,237	,136

- A. Seyfullahoğulları / Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi 3(2014) 41-64*  
*A. Seyfullahoğulları / Nevşehir Hacı Bektaş Veli University Journal of Social Sciences 3(2014) 41-64*

Bu çerçevede 1 inci Faktör “Hizmet Kalitesi”, 2 inci Faktör “Ucuzluk ve Yakınlık”, 3 üncü Faktör ise “Turistik Özellikler” olarak adlandırılmıştır. Yapılan analizlerde anketi oluşturan diğer sorular soru ve madde bazında incelenirken, 11 soru belirlenen bu 3 faktör bazında incelenmiş ve yorumlanmıştır.

### 3. BULGULAR VE YORUM

Bu bölümde örneklem grubunda yer alan katılımcıların demografik özellikleri frekans ve yüzde tanımlayıcı istatistikleri ile gösterilmiş müteakiben yabancı müşterilerin karşılaştıkları sorunlar ile ülkemizdeki hastaneleri seçme nedenleri incelenmiştir.

#### 3.1. Örneklem Grubunun Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Örneklem grubunda yer alan katılımcıların, cinsiyet değişkenine göre dağılımı incelendiğinde, %31’inin bay, %69’unun bayan olduğu anlaşılmaktadır.

**Tablo 6** Örneklem Grubunun Cinsiyetlerine Göre Dağılımı

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplamsal Yüzde
Bay	46	30,7	30,7	30,7
Bayan	104	69,3	69,3	100,0
Top.	150	100,0	100,0	

Örneklem grubunda yer alan katılımcıların, eğitim düzeyi değişkenine göre dağılımı incelendiğinde, %1’inin ilköğretim, %24’ünün lise, %27’sinin meslek yüksekokulu, %21’inin lisans, %26’sının lisansüstü mezunu olduğu anlaşılmaktadır.

**Tablo 7** Örneklem Grubunun Eğitim Düzeylerine Göre Dağılımı

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplamsal Yüzde
İlköğretim	1	,7	,7	,7
Lise	36	24,0	24,0	24,7
Meslek Yüksek Okulu	41	27,3	27,3	52,0
Lisans	32	21,3	21,3	73,3
Lisans Üstü	39	26,0	26,0	100,0
Toplam	150	100,0	100,0	

- A. Seyfullahoğulları / Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi 3(2014) 41-64*
- A. Seyfullahoğulları / Nevşehir Hacı Bektaş Veli University Journal of Social Sciences 3(2014) 41-64*

Örneklem grubunda yer alan katılımcıların, meslek değişkenine göre dağılımı incelendiğinde, %11'inin doktor, %1'inin laboratuvar görevlisi, %28'inin hemşire, %3'ünün hasta bakıcı, %12'sinin idari birim görevlisi olduğu, %43'ünün ise bu birimler dışındaki bir birimde görev yaptığı anlaşılmaktadır.

**Tablo 8** Örneklem Grubunun Mesleklerine Göre Dağılımı

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplamsal Yüzde
Doktor	17	11,3	11,7	11,7
Laboratuvar Görevlisi	2	1,3	1,4	13,1
Hemşire	42	28,0	29,0	42,1
Hasta Bakıcı	5	3,3	3,4	45,5
İdari Birim	17	11,3	11,7	57,2
Diğer	62	41,3	42,8	100,0
Toplam	145	96,7	100,0	
Kayıp Veri	5	3,3		
Toplam	150	100,0		

Örneklem grubunda yer alan katılımcıların, yabancı dil değişkenine göre dağılımı incelendiğinde, %21'inin İngilizceyi zayıf, %52'sinin orta, %19'unun iyi, %5'inin çok iyi düzeyde bildiği, %2'lik bir bölümün ise İngilizce dışındaki bir dili bildiği anlaşılmaktadır.

**Tablo 9** Örneklem Grubunun Yabancı Dil Düzeylerine Göre Dağılımı

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplamsal Yüzde
İng. Zayıf	32	21,3	21,3	21,3
İng. Orta	78	52,0	52,0	73,3
İng. İyi	29	19,3	19,3	92,7
İng. Çok İyi	8	5,3	5,3	98,0
Diğer	3	2,0	2,0	100,0
Toplam	150	100,0	100,0	

Örneklem grubunda yer alan katılımcıların, hastanede çalışma sürelerine göre dağılımı incelendiğinde, %18'inin 1 yıldan az, %52'sinin 1-3 yıl arası, %12'sinin 4-6 yıl arası, %17'sinin ise 6 yıldan fazla bir süredir hastanede çalıştıkları anlaşılmaktadır.



- A. Seyfullahoğulları / Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi 3(2014) 41-64*  
*A. Seyfullahoğulları / Nevşehir Hacı Bektaş Veli University Journal of Social Sciences 3(2014) 41-64*

**Tablo 10** Örneklem Grubunun Hastanede Çalışma Sürelerine Göre Dağılımı

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplamsal Yüzde
1 yıldan az	27	18,0	18,0	18,0
1-3 yıl	78	52,0	52,0	70,0
4-6 yıl	18	12,0	12,0	82,0
6 yıldan fazla	26	17,3	17,3	100,0
Toplam	150	100,0	100,0	

### 3.2. Örneklem Grubunun Hizmet İçi Eğitim Alma Durumlarına İlişkin Bulgular

Örneklem grubunda yer alan anlaşılmaktadır. Katılımcıların, hizmet içi eğitim alma durumuna göre dağılımı incelendiğinde, %16'sının yurtdışında eğitim alırken, %84'ünün bu eğitimi almadıkları

**Tablo 11** Örneklem Grubunun Yurtdışında Hizmet İçi Eğitim Alma Durumlarına Göre Dağılımı

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplamsal Yüzde
Evet	24	16,0	16,1	16,1
Hayır	125	83,3	83,9	100,0
Toplam	149	99,3	100,0	
Kayıp Veri	1	,7		
Toplam	150	100,0		

Örneklem grubunda yer alan katılımcıların, hizmet içi eğitim alma durumuna göre dağılımı incelendiğinde, %10'unun hiç eğitim almadığı, %37'sinin birkaç kez, %53'ünün ise düzenli olarak hizmet içi eğitim aldıkları anlaşılmaktadır.

**Tablo 12** Örneklem Grubunun Kurumdan Hizmet İçi Eğitim Alma Durumlarına Göre Dağılımı

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplamsal Yüzde
Hiç Almadım	15	10,0	10,1	10,1
Birkaç Kez	55	36,7	37,2	47,3
Düzenli Olarak	78	52,0	52,7	100,0
Toplam	148	98,7	100,0	
Kayıp Veri	2	1,3		
Toplam	150	100,0		

- A. Seyfullahoğulları / Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi 3(2014) 41-64*  
*A. Seyfullahoğulları / Nevşehir Hacı Bektaş Veli University Journal of Social Sciences 3(2014) 41-64*

Örneklem grubunda yer alan katılımcıların, yabancılara sunulacak hizmet hakkında eğitim alma durumuna göre dağılımı incelendiğinde, %61'inin bu tür bir eğitimi hiç almadığı, %29'unun birkaç kez, %10'unun ise düzenli olarak bu eğitimi aldıkları anlaşılmaktadır.

**Tablo 13** Örneklem Grubunun Yabancı Hastalara Sunulacak Hizmet Hakkında Eğitim Alma Durumuna Göre Dağılımı

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplamsal Yüzde
Hiç Almadım	90	60,0	61,2	61,2
Birkaç Kez	43	28,7	29,3	90,5
Düzenli Olarak	14	9,3	9,5	100,0
Toplam	147	98,0	100,0	
Kayıp Veri	3	2,0		
Toplam	150	100,0		

Örneklem grubunda yer alan katılımcılara verilen yabancı hastalara sunulacak eğitim türleri incelendiğinde, %29'unun Hastaya Sunulacak Sağlık Hizmetleri, %28'inin Hastanın Hakları, %29'unun Hastanenin Sunduğu Olanaklar, %14'ünün Yabancı Dil Eğitimi, %10'unun Hasta Yakınına Sunulan Hizmetler, %3'ünün ise Hastanın Boş Vaktinde Nereleri Gezip Göreceği ve Nerelerden Alış-Veriş Yapabileceği Konusunda Bilgiler eğitimi aldıkları anlaşılmaktadır.

**Tablo 14** Örneklem Grubuna Verilen Yabancı Hastalara Sunulacak Eğitim Türleri

	Frekans	Yüzde
Hastaya Sunulacak Sağlık Hizmetleri	44	29,3
Hastanın Hakları	42	28,0
Hastanenin Sunduğu Olanaklar	44	29,3
Yabancı Dil Eğitimi	21	14,0
Hasta Yakınına Sunulan Hizmetler	15	10,0
Hastanın Boş Vaktinde Nereleri Gezip Göreceği ve Nerelerden Alış-Veriş Yapabileceği Konusunda Bilgiler	4	2,7

### 3.3. Örneklem Grubunun Yabancı Müşterilerin Karşılaştıkları Sorunlara İlişkin Değerlendirmeleri

Örneklem grubunda yer alan katılımcıların, yabancı müşterilerin Hasta ile Olan İletişimde karşılaştıkları sorunlara ilişkin görüşleri; 1 seçeneğinin “Hiç Sorun Yaşamadım”, 2 seçeneğinin “Çok Az Sorun Yaşadım”, 3 seçeneğinin “Bazen Sorun Yaşadım” 4 seçeneğinin “Sıkça

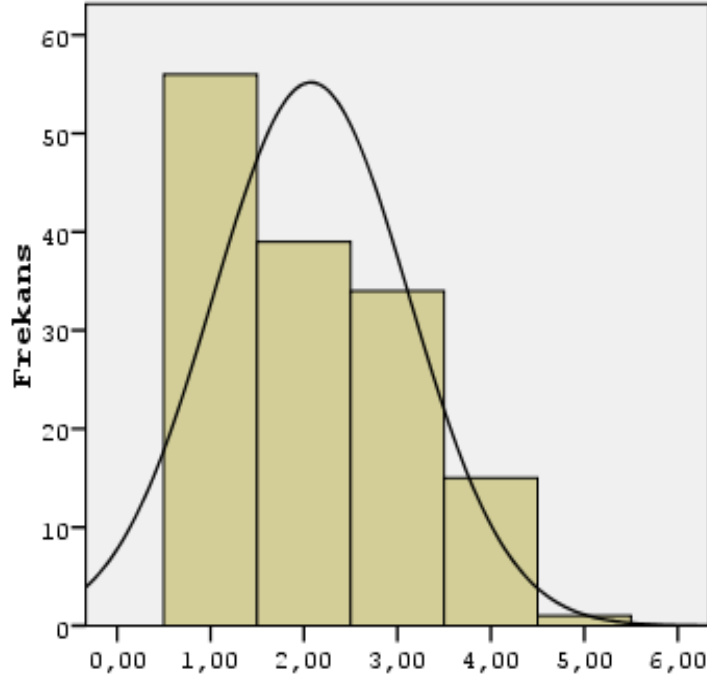
*A. Seyfullahoğulları / Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi 3(2014) 41-64*  
*A. Seyfullahoğulları / Nevşehir Hacı Bektaş Veli University Journal of Social Sciences 3(2014) 41-64*

Sorun Yaşadım”, 5 seçeneğinin “Hemen Her Zaman Sorun Yaşadım” ifadelerine karşılık geldiği göz önüne alınarak değerlendirildiğinde, söz konusu görüşlerin “Çok Az Sorun Yaşadım Seçeneği” üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir.

**Tablo 15** Yabancıların Hasta Olan İletişimde Sorun Yaşama Durumu

	N	Değişim Aralığı	Minimum	Maksimum	Ortalama	Standart Sapma
Hasta ile Olan İletişimde	145	4,00	1,00	5,00	2,0759	1,04803

Şekil 10'daki frekans dağılımı incelendiğinde ise yabancı müşterilerin Hasta ile Olan İletişimde karşılaştıkları sorunlara ilişkin dağılımın sola çarpık bir dağılım gösterdiği anlaşılmaktadır. Bu bulgulardan hareketle yabancı personelin Hasta ile Olan İletişimde çok az sorun yaşadığı sonucuna ulaşılmıştır.



**Şekil 1** Yabancıların Hasta Olan İletişimde Sorun Yaşama Durumu

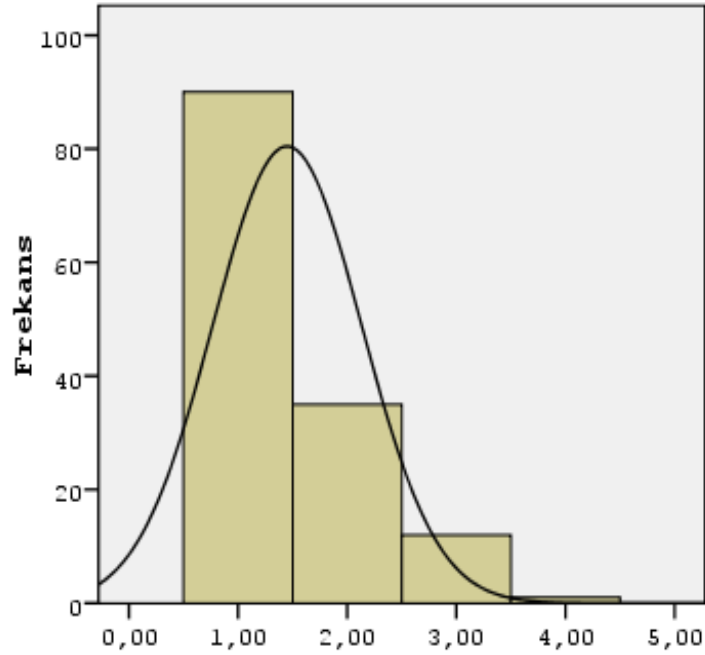
Örneklem grubunda yer alan katılımcıların, yabancı müşterilerin Hastanede Hastalara Sunulan Yemekler Konusunda karşılaştıkları sorunlara ilişkin görüşleri; 1 seçeneğinin “Hiç Sorun Yaşamadım”, 2 seçeneğinin “Çok Az Sorun Yaşadım”, 3 seçeneğinin “Bazen Sorun Yaşadım” 4 seçeneğinin

“Sıkça Sorun Yaşadım”, 5 seçeneğinin “Hemen Her Zaman Sorun Yaşadım” ifadelerine karşılık geldiği göz önüne alınarak değerlendirildiğinde, söz konusu görüşlerin Hiç Sorun Yaşamadım” ve “Çok Az Sorun Yaşadım” seçenekleri arasında yoğunlaştığı görülmektedir.

**Tablo 16** Yabancıların Hastanede Hastalara Sunulan Yemekler Konusunda Sorun Yaşama Durumu

	N	Değişim Aralığı	Minimum	Maksimum	Ortalama	Standart Sapma
Hastanede Hastalara Sunulan Yemekler Konusunda	138	3,00	1,00	4,00	1,4493	,68426

Şekil 11’deki frekans dağılımı incelendiğinde ise yabancı müşterilerin hastanede hastalara sunulan yemekler konusunda karşılaştıkları sorunlara ilişkin dağılımın sola çarpık bir dağılım gösterdiği anlaşılmaktadır. Bu bulgulardan hareketle yabancı personelin hastanede hastalara sunulan yemekler konusunda hemen hemen hiç sorun yaşamadığı sonucuna ulaşılmıştır.



**Şekil 2** Yabancıların Hastanede Hastalara Sunulan Yemekler Konusunda Sorun Yaşama Durumu

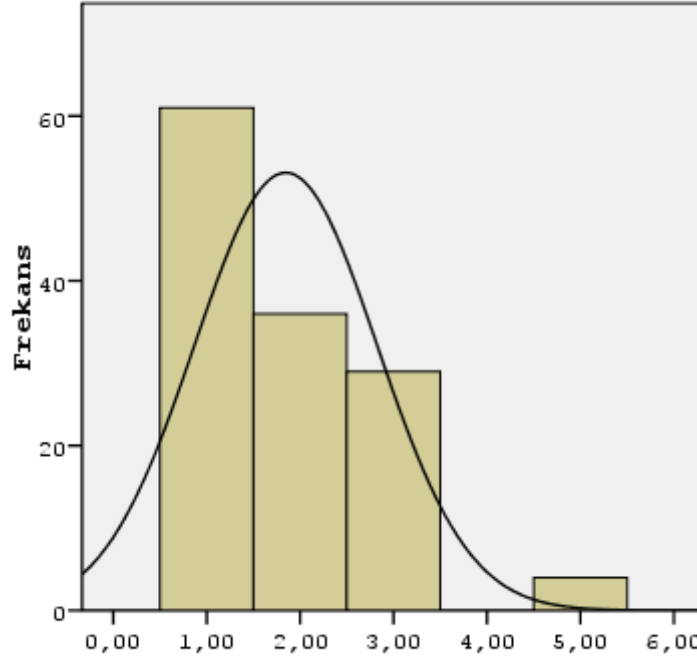
*A. Seyfullahoğulları / Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi 3(2014) 41-64*  
*A. Seyfullahoğulları / Nevşehir Hacı Bektaş Veli University Journal of Social Sciences 3(2014) 41-64*

Örneklem grubunda yer alan katılımcıların, yabancı müşterilerin Ödemeler Konusunda karşılaştıkları sorunlara ilişkin görüşleri; 1 seçeneğinin “Hiç Sorun Yaşamadım”, 2 seçeneğinin “Çok Az Sorun Yaşadım”, 3 seçeneğinin “Bazen Sorun Yaşadım” 4 seçeneğinin “Sıkça Sorun Yaşadım”, 5 seçeneğinin “Hemen Her Zaman Sorun Yaşadım” ifadelerine karşılık geldiği göz önüne alınarak değerlendirildiğinde, söz konusu görüşlerin Hiç Sorun Yaşamadım” ve “Çok Az Sorun Yaşadım” seçenekleri arasında, “Çok Az Sorun Yaşadım” seçeneğine yakın bir noktada yoğunlaştığı görülmektedir.

**Tablo 17** Yabancıların Ödemeler Konusunda Sorun Yaşama Durumu

	N	Değişim Aralığı	Minimum	Maksimum	Ortalama	Standart Sapma
Ödemeler Konusunda	130	4,00	1,00	5,00	1,8462	,97616

Şekil 12’deki frekans dağılımı incelendiğinde ise yabancı müşterilerin Ödemeler Konusunda karşılaştıkları sorunlara ilişkin dağılımın sola çarpık bir dağılım gösterdiği anlaşılmaktadır. Bu bulgulardan hareketle yabancı personelin Ödemeler Konusunda az da olsa sorun yaşadıkları sonucuna ulaşılmıştır.



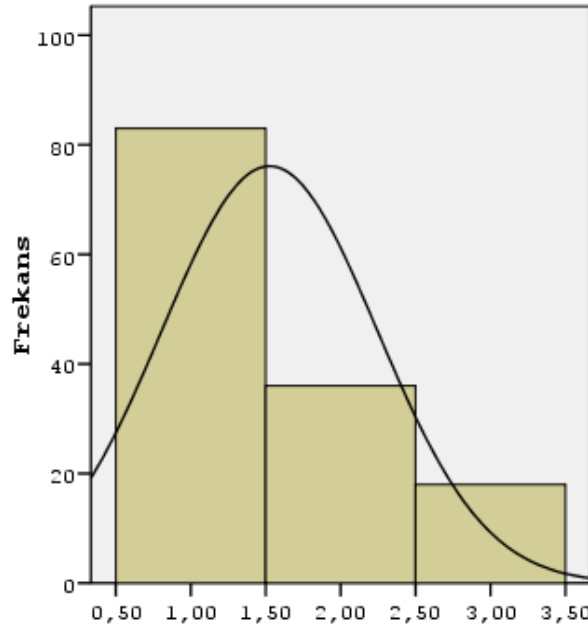
**Şekil 3** Yabancıların Ödemeler Konusunda Sorun Yaşama Durumu

Örneklem grubunda yer alan katılımcıların, yabancı müşterilerin Hastane Kurallarına Uyum Konusunda karşılaştıkları sorunlara ilişkin görüşleri; 1 seçeneğinin “Hiç Sorun Yaşamadım”, 2 seçeneğinin “Çok Az Sorun Yaşadım”, 3 seçeneğinin “Bazen Sorun Yaşadım” 4 seçeneğinin “Sıkça Sorun Yaşadım”, 5 seçeneğinin “Hemen Her Zaman Sorun Yaşadım” ifadelerine karşılık geldiği göz önüne alınarak değerlendirildiğinde, söz konusu görüşlerin Hiç Sorun Yaşamadım” ve “Çok Az Sorun Yaşadım” seçenekleri arasında bir noktada yoğunlaştığı görülmektedir.

**Tablo 18** Yabancıların Hastane Kurallarına Uyum Konusunda Sorun Yaşama Durumu

	N	Değişim Aralığı	Minimum	Maksimum	Ortalama	Standart Sapma
Hastane Kurallarına Uyma	137	2,00	1,00	3,00	1,5255	,71825

Şekil 13’deki frekans dağılımı incelendiğinde ise yabancı müşterilerin Hastane Kurallarına Uyum Konusunda karşılaştıkları sorunlara ilişkin dağılımın sola çarpık bir dağılım gösterdiği anlaşılmaktadır. Bu bulgulardan hareketle yabancı personelin Hastane Kurallarına Uyum Konusunda büyük ölçüde sorun yaşamadıkları sonucuna ulaşılmıştır.



**Şekil 4** Yabancıların Hastane Kurallarına Uyum Konusunda Sorun Yaşama Durumu

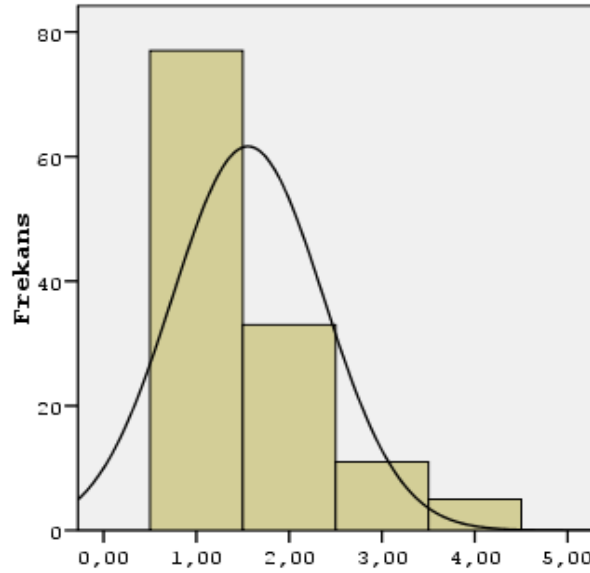
*A. Seyfullahoğulları / Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi 3(2014) 41-64*  
*A. Seyfullahoğulları / Nevşehir Hacı Bektaş Veli University Journal of Social Sciences 3(2014) 41-64*

Örneklem grubunda yer alan katılımcıların, yabancı müşterilerin Hastayı Getiren Aracı Kuruluşlarla İletişimde karşılaştıkları sorunlara ilişkin görüşleri; 1 seçeneğinin “Hiç Sorun Yaşamadım”, 2 seçeneğinin “Çok Az Sorun Yaşadım”, 3 seçeneğinin “Bazen Sorun Yaşadım” 4 seçeneğinin “Sıkça Sorun Yaşadım”, 5 seçeneğinin “Hemen Her Zaman Sorun Yaşadım” ifadelerine karşılık geldiği göz önüne alınarak değerlendirildiğinde, söz konusu görüşlerin Hiç Sorun Yaşamadım” ve “Çok Az Sorun Yaşadım” seçenekleri arasında bir noktada yoğunlaştığı görülmektedir.

**Tablo 19** Yabancıların Hastayı Getiren Aracı Kuruluşlarla İletişimde Sorun Yaşama Durumu

	N	Değişim Aralığı	Minimum	Maksimum	Ortalama	Standart Sapma
Hastayı Getiren Aracı Kuruluşlarla İletişimde	126	3,00	1,00	4,00	1,5556	,81541

Şekil 14’deki frekans dağılımı incelendiğinde ise yabancı müşterilerin Hastayı Getiren Aracı Kuruluşlarla İletişimde karşılaştıkları sorunlara ilişkin dağılımın sola çarpık bir dağılım gösterdiği anlaşılmaktadır. Bu bulgulardan hareketle yabancı personelin Hastayı Getiren Aracı Kuruluşlarla İletişimde büyük ölçüde sorun yaşamadıkları sonucuna ulaşılmıştır.



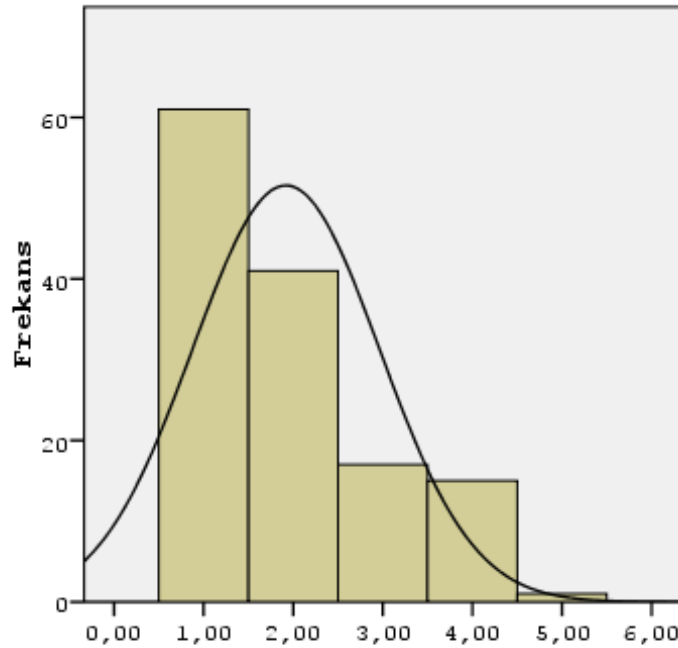
**Şekil 5** Yabancıların Hastayı Getiren Aracı Kuruluşlarla İletişimde Sorun Yaşama Durumu

Örneklem grubunda yer alan katılımcıların, yabancı müşterilerin Hasta Yakınları ile Olan İletişimde karşılaştıkları sorunlara ilişkin görüşleri; 1 seçeneğinin “Hiç Sorun Yaşamadım”, 2 seçeneğinin “Çok Az Sorun Yaşadım”, 3 seçeneğinin “Bazen Sorun Yaşadım” 4 seçeneğinin “Sıkça Sorun Yaşadım”, 5 seçeneğinin “Hemen Her Zaman Sorun Yaşadım” ifadelerine karşılık geldiği göz önüne alınarak değerlendirildiğinde, söz konusu görüşlerin “Çok Az Sorun Yaşadım Seçeneği” üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir.

**Tablo 20** Yabancıların Hasta Yakınları ile Olan İletişimde Sorun Yaşama Durumu

	N	Değişim Aralığı	Minimum	Maksimum	Ortalama	Standart Sapma
Hasta Yakınları ile Olan İletişimde	135	4,00	1,00	5,00	1,9185	1,04419

Şekil 15’deki frekans dağılımı incelendiğinde ise yabancı müşterilerin Hasta Yakınları ile Olan İletişimde karşılaştıkları sorunlara ilişkin dağılımın sola çarpık bir dağılım gösterdiği anlaşılmaktadır. Bu bulgulardan hareketle yabancı personelin Hasta Yakınları ile Olan İletişimde çok az sorun yaşadığı sonucuna ulaşılmıştır.



**Şekil 6** Yabancıların Hasta Yakınları ile Olan İletişimde Sorun Yaşama Durumu



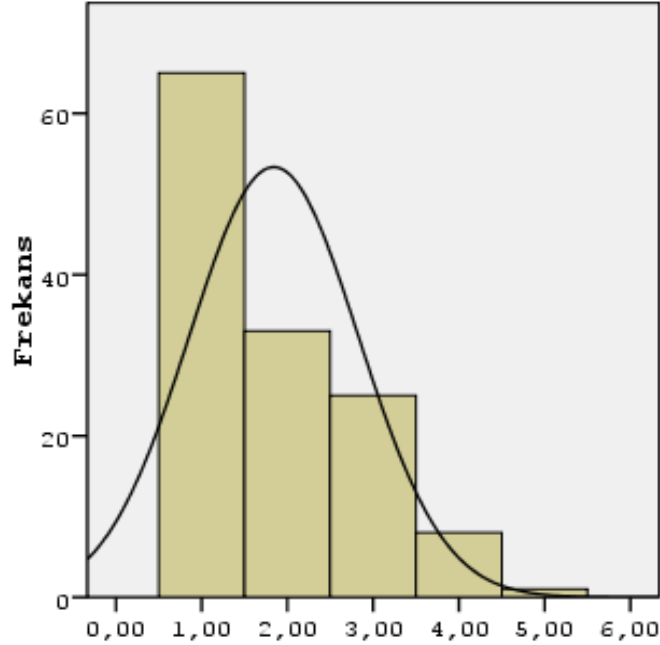
*A. Seyfullahoğulları / Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi 3(2014) 41-64*  
*A. Seyfullahoğulları / Nevşehir Hacı Bektaş Veli University Journal of Social Sciences 3(2014) 41-64*

Örneklem grubunda yer alan katılımcıların, yabancı müşterilerin Randevular Konusunda karşılaştıkları sorunlara ilişkin görüşleri; 1 seçeneğinin “Hiç Sorun Yaşamadım”, 2 seçeneğinin “Çok Az Sorun Yaşadım”, 3 seçeneğinin “Bazen Sorun Yaşadım” 4 seçeneğinin “Sıkça Sorun Yaşadım”, 5 seçeneğinin “Hemen Her Zaman Sorun Yaşadım” ifadelerine karşılık geldiği göz önüne alınarak değerlendirildiğinde, söz konusu görüşlerin Hiç Sorun Yaşamadım” ve “Çok Az Sorun Yaşadım” seçenekleri arasında, “Çok Az Sorun Yaşadım” seçeneğine yakın bir noktada yoğunlaştığı görülmektedir.

**Tablo 21** Yabancıların Randevular Konusunda Sorun Yaşama Durumu

	N	Değişim Aralığı	Minimum	Maksimum	Ortalama	Standart Sapma
Randevular Konusunda	132	4,00	1,00	5,00	1,8409	,98717

Şekil 16'daki frekans dağılımı incelendiğinde ise yabancı müşterilerin Randevular Konusunda karşılaştıkları sorunlara ilişkin dağılımın sola çarpık bir dağılım gösterdiği anlaşılmaktadır. Bu bulgulardan hareketle yabancı personelin Randevular Konusunda az da olsa sorun yaşadıkları sonucuna ulaşılmıştır.



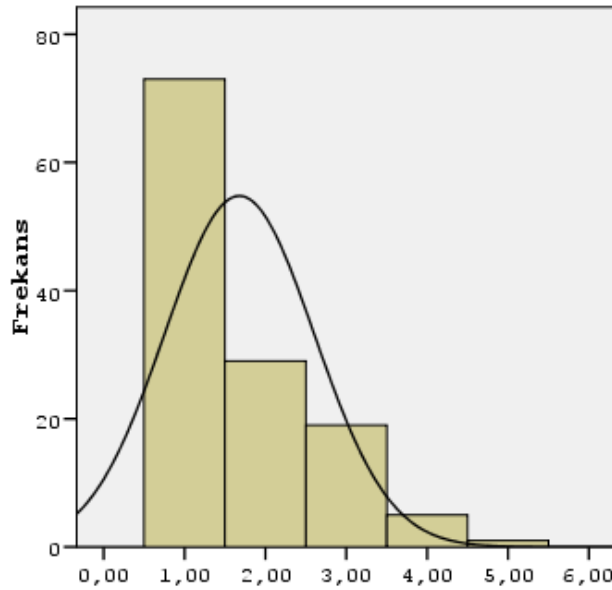
**Şekil 7** Yabancıların Randevular Konusunda Sorun Yaşama Durumu

Örneklem grubunda yer alan katılımcıların, yabancı müşterilerin Kültürel ve Ülkeye Bağlı Alışkanlıklardan Dolayı karşılaştıkları sorunlara ilişkin görüşleri; 1 seçeneğinin “Hiç Sorun Yaşamadım”, 2 seçeneğinin “Çok Az Sorun Yaşadım”, 3 seçeneğinin “Bazen Sorun Yaşadım” 4 seçeneğinin “Sıkça Sorun Yaşadım”, 5 seçeneğinin “Hemen Her Zaman Sorun Yaşadım” ifadelerine karşılık geldiği göz önüne alınarak değerlendirildiğinde, söz konusu görüşlerin Hiç Sorun Yaşamadım” ve “Çok Az Sorun Yaşadım” seçenekleri arasında bir noktada yoğunlaştığı görülmektedir.

**Tablo 22** Yabancıların Kültürel ve Ülkeye Bağlı Alışkanlıklardan Dolayı Sorun Yaşama Durumu

	N	Değişim Aralığı	Minimum	Maksimum	Ortalama	Standart Sapma
Kültürel ve Ülkeye Bağlı Alışkanlıklardan Dolayı	127	4,00	1,00	5,00	1,6772	,92481

Şekil 17’deki frekans dağılımı incelendiğinde ise yabancı müşterilerin kültürel ve ülkeye bağlı alışkanlıklardan dolayı karşılaştıkları sorunlara ilişkin dağılımın sola çarpık bir dağılım gösterdiği anlaşılmaktadır. Bu bulgulardan hareketle yabancı personelin kültürel ve ülkeye bağlı alışkanlıklardan dolayı büyük ölçüde sorun yaşamadıkları sonucuna ulaşılmıştır.



**Şekil 8** Yabancıların Kültürel ve Ülkeye Bağlı Alışkanlıklardan Dolayı Sorun Yaşama Durumu

- A. Seyfullahoğulları / Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi 3(2014) 41-64
- A. Seyfullahoğulları / Nevşehir Hacı Bektaş Veli University Journal of Social Sciences 3(2014) 41-64

Müşterilerin sorun yaşadıkları durumların sıklıkları arasındaki farklılıkların anlamlı olup olmadığı, aşağıdaki hipotezler kullanılarak, Friedman testi yardımıyla incelenmiştir.

$H_0$ =Yabancı müşterilerin sorun yaşadıkları durumların sıklıkları arasında anlamlı bir fark yoktur.

$H_1$ =Yabancı müşterilerin sorun yaşadıkları durumların sıklıkları arasında anlamlı bir fark vardır.

**Tablo 23** Yabancı Müşterilerin Sorun Yaşadıkları Durumların Sıklıklarına İlişkin Ki-Kare Testi Sonuçları

	Ortalama Rank	Ki-Kare	df	Anlamlılık
Hasta ile Olan İletişimde	5,20	57,588	7	,000
Hastanede Hastalara Sunulan Yemekler Konusunda	3,90			
Ödemeler Konusunda	4,72			
Hastane Kurallarına Uyma	3,89	57,065	2	,000
Hastayı Getiren Aracı Kuruluşlarla İletişimde	4,09			
Hasta Yakınları ile Olan İletişimde	4,96			
Randevular Konusunda	4,67	57,065	2	,000
Kültürel ve Ülkeye Bağlı Alışkanlıklardan Dolayı	4,58			

Tablo 23'deki verilerden yabancı müşterilerin sorun yaşadıkları durumların sıklıkları arasındaki farklılıkların  $p < 0,01$  düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı olduğu anlaşılmaktadır.

Bu bulgulardan hareketle  $H_0$  hipotezi reddedilmiş ve yabancı müşterilerin sorun yaşadıkları durumların sıklıkları arasındaki farkın anlamlı olduğu sonucuna varılmıştır. Buna göre hasta ile iletişim en önemli faktör iken bunu hasta yakınları ile iletişim takip etmektedir. Dolayısıyla iletişim konusunun en sık sorun yaşanan durum olduğu söylenebilir. İletişim konusunda yaşanan sorunları, ödemeler ve randevular ve kültürel alışkanlıklardan yaşanan sorunlar takip etmektedir. Hastayı getiren aracı kurumlarla ilişkiler, yemekler, hastane kuralları ise en az sorun yaşanan alanlar olarak karşımıza çıkmaktadır.

### 3.4. Örneklem Grubunun Yabancı Müşterilerin Hastane Seçimini Etkileyen Faktörlere İlişkin Değerlendirmeleri

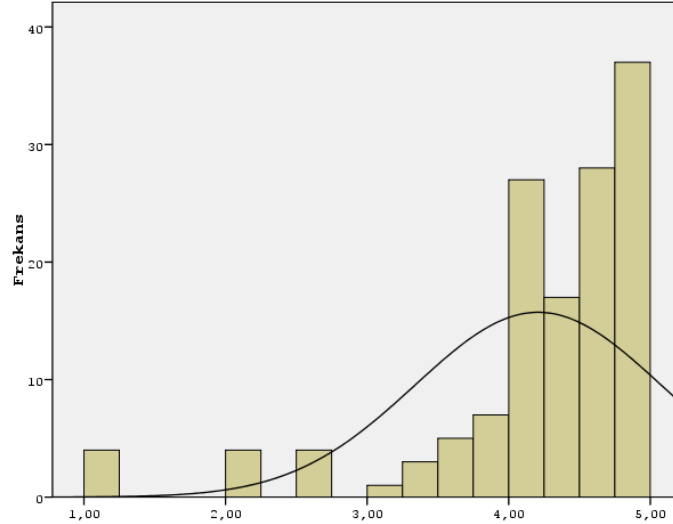
Örneklem grubunda yer alan katılımcıların, yabancı müşterilerin hizmet kalitesinin hastane seçimine etkisine ilişkin görüşleri; 1 seçeneğinin "Hiç Etken Değil", 2 seçeneğinin "Çok Az Etken", 3 seçeneğinin "Ne Etken Ne Etken Değil" 4 seçeneğinin "Oldukça Büyük Etken", 5 seçeneğinin "Son

Derece Büyük Etken” ifadelerine karşılık geldiği göz önüne alınarak değerlendirildiğinde, söz konusu görüşlerin “Oldukça Büyük Etken” seçeneği üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir.

**Tablo 24** Hastane Seçiminde Hizmet Kalitesinin Etki Düzeyi

	N	Değişim Aralığı	Minimum	Maksimum	Ortalama	Standart Sapma
Hizmet Kalitesi	137	4,00	1,00	5,00	4,2076	,86880

Şekil 18’deki frekans dağılımı incelendiğinde ise yabancı müşterilerin hizmet kalitesine ilişkin görüşlerine ait dağılımın sağa çarpık bir dağılım gösterdiği anlaşılmaktadır. Bu bulgulardan hareketle yabancı personelin hastane seçiminde hizmet kalitesine büyük önem verdiği sonucuna varılmıştır



**Şekil 9** Hastane Seçiminde Hizmet Kalitesinin Etki Düzeyi

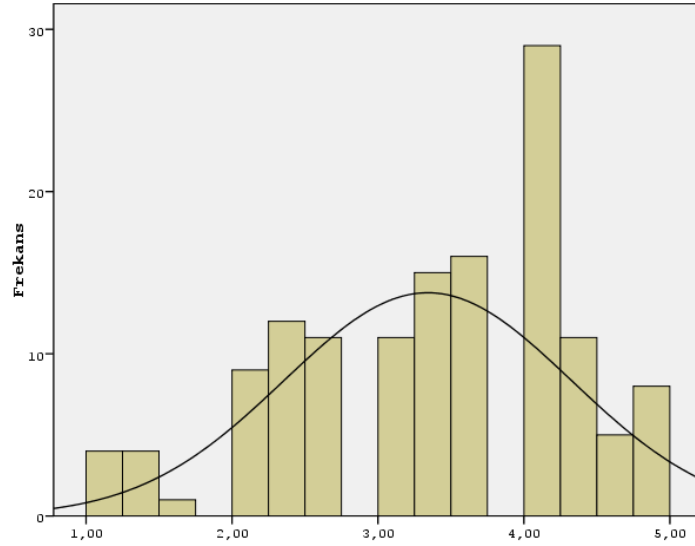
Örnekleme grubunda yer alan katılımcıların, yabancı müşterilerin ucuzluk ve ulaşım kolaylığının hastane seçimine etkisine ilişkin görüşleri; 1 seçeneğinin “Hiç Etken Değil”, 2 seçeneğinin “Çok Az Etken”, 3 seçeneğinin “Ne Etken Ne Etken Değil” 4 seçeneğinin “Oldukça Büyük Etken”, 5 seçeneğinin “Son Derece Büyük Etken” ifadelerine karşılık geldiği göz önüne alınarak değerlendirildiğinde, söz konusu görüşlerin “Ne Etken Ne Etken Değil” ile “Oldukça Büyük Etken” seçenekleri arasında, “Ne Etken Ne Etken Değil” seçeneğine yakın bir noktada yoğunlaştığı görülmektedir.

*A. Seyfullahoğulları / Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi 3(2014) 41-64*  
*A. Seyfullahoğulları / Nevşehir Hacı Bektaş Veli University Journal of Social Sciences 3(2014) 41-64*

**Tablo 25** Hastane Seçiminde Ucuzluk ve Ulaşım Kolaylığının Etki Düzeyi

	N	Değişim Aralığı	Minimum	Maksimum	Ortalama	Standart Sapma
Ucuzluk ve Ulaşım Kolaylığı	136	4,00	1,00	5,00	3,3407	,98546

Şekil 19'daki frekans dağılımı incelendiğinde ise yabancı müşterilerin ucuzluk ve ulaşım kolaylığının hastane seçimine etkisine ilişkin görüşlerine ait dağılımın normale yakın bir dağılım gösterdiği anlaşılmaktadır. Bu bulgulardan hareketle yabancı personelin hastane seçiminde ucuzluk ve ulaşım kolaylığına dikkat etmekle birlikte bu özelliği seçimine yön verecek bir faktör olarak görmediği sonucuna varılmıştır.



**Şekil 10** Hastane Seçiminde Ucuzluk ve Ulaşım Kolaylığının Etki Düzeyi

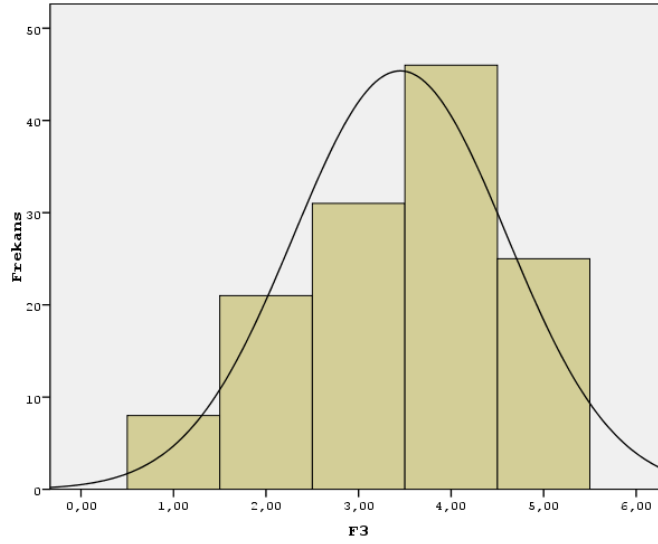
Örneklem grubunda yer alan katılımcıların, yabancı müşterilerin ucuzluk ve ulaşım kolaylığının hastane seçimine etkisine ilişkin görüşleri; 1 seçeneğinin “Hiç Etken Değil”, 2 seçeneğinin “Çok Az Etken”, 3 seçeneğinin “Ne Etken Ne Etken Değil” 4 seçeneğinin “Oldukça Büyük Etken”, 5 seçeneğinin “Son Derece Büyük Etken” ifadelerine karşılık geldiği göz önüne alınarak değerlendirildiğinde, söz konusu görüşlerin “Ne Etken Ne Etken Değil” ile “Oldukça Büyük Etken” seçenekleri arasında yoğunlaştığı görülmektedir.

*A. Seyfullahoğulları / Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi 3(2014) 41-64*  
*A. Seyfullahoğulları / Nevşehir Hacı Bektaş Veli University Journal of Social Sciences 3(2014) 41-64*

**Tablo 26** Hastane Seçiminde Turistik Özelliklerin Etki Düzeyi

	N	Değişim Aralığı	Minimum	Maksimum	Ortalama	Standart Sapma
Turistik Özellikler	131	4,00	1,00	5,00	3,4504	1,15168

Şekil 20'deki frekans dağılımı incelendiğinde ise yabancı müşterilerin turistik özelliklerin hastane seçimine etkisine ilişkin görüşlerine ait dağılımın normale yakın bir dağılım gösterdiği anlaşılmaktadır. Bu bulgulardan hareketle yabancı personelin hastane seçiminde turistik özelliklere kısmen de olsa önem verdiği sonucuna varılmıştır.



**Şekil 11** Hastane Seçiminde Turistik Özelliklerin Etki Düzeyi

Yabancı müşterilerin tercihlerini etkileyen faktörler arasındaki farklılıkların anlamlı olup olmadığı, aşağıdaki hipotezler kullanılarak, Friedman testi yardımıyla incelenmiştir.

$H_0 =$  Yabancı müşterilerin tercihlerini etkileyen faktörlerin önem dereceleri arasında anlamlı bir fark yoktur.

$H_1 =$  Yabancı müşterilerin tercihlerini etkileyen faktörlerin önem dereceleri arasındaki fark anlamlıdır.

- A. Seyfullahoğulları / Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi 3(2014) 41-64*  
*A. Seyfullahoğulları / Nevşehir Hacı Bektaş Veli University Journal of Social Sciences 3(2014) 41-64*

**Tablo 27** Yabancı Müşterilerin Tercihlerini Etkileyen Faktörlere İlişkin Ki-Kare Testi Sonuçları

	Ortalama Rank	Ki-Kare	df	Anlamlılık
Hizmet Kalitesi	2,48	57,065	2	,000
Ucuzluk ve Ulaşım Kolaylığı	1,62			
Turistik Özellikler	1,90			

Tablo 27'deki verilerden yabancı müşterilerin tercihlerini etkileyen faktörler arasındaki farklılıkların  $p < 0,01$  düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı olduğu anlaşılmaktadır.

Bu bulgulardan hareketle  $H_0$  hipotezi reddedilmiş ve müşteri tercihlerini etkileyen faktörlerin önem dereceleri arasındaki farkın anlamlı olduğu sonucuna varılmıştır. Buna göre hizmet kalitesi en önemli faktör iken bunu turistik özellikler takip etmektedir. Ucuzluk ve ulaşım kolaylığı ise etki derecesi en düşük faktördür.

### 3.5. Örneklem Grubunun Müşterilerin Avantaj Durumuna İlişkin Değerlendirmeleri

Örneklem grubunda yer alan katılımcıların yerli ve yabancı müşteri gruplarının görece avantaj durumuna ilişkin değerlendirmeleri incelendiğinde katılımcıların %22'si yerli, %17'si yabancı müşterilerin avantajlı olduğunu düşünürken, %60'ının her iki grup arasında fark olmadığı görüşünde olduğu anlaşılmaktadır.

Yerli ve yabancı müşterilerin avantajlı olduğunu düşünen grupların oranlarının birbirine yakın olması ve fark etmez cevabı verenlerin % 50'nin üzerinde olması bulgularından hareketle hastanelerde yerli ve yabancı müşteriler arasında belirgin bir avantaj farkının bulunmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

**Tablo 28** Müşteri Grubunun Avantaj Durumuna İlişkin Değerlendirmeler

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplamsal Yüzde
Yerli Müşteri	31	20,7	22,3	22,3
Yabancı Müşteri	24	16,0	17,3	39,6
Fark Etmez	84	56,0	60,4	100,0
Toplam	139	92,7	100,0	
Kayıp Veri	11	7,3		
Toplam	150	100,0		

#### 4. SONUÇ

Medikal turizmi hedefleyen sağlık kuruluşlarının uluslararası akreditasyon sahibi olması gerekmektedir. Akreditasyon standartlarına sahip olmak tedavinin başarısını da arttıran bir unsurdur. İkinci olarak sağlık kuruluşunun belirli bir hasta potansiyelini yakalayabilmesi için geniş yurt dışı sigorta ağı ve yurt dışı işbirliği içinde olması gerekmektedir. Sağlık kuruluşunun bir uluslararası hasta ilişkileri departmanına sahip olması da önemli kriterlerden biridir.

Medikal Turizme hitap eden hastanelerde konuya ilişkin uzmanlar tarafından eğitim çalışmaları yapılmalı, işletmeler kadrolarında konunun uzmanlarını bulundurmalıdır. Özellikle yabancı dil bilen ve sağlık turizm eğitimi olan elemanlara ihtiyaç vardır.

Ülke ekonomisine katkı sağlayan medikal turizmin gelişmesi ve medikal turizme odaklanmak isteyen hastanelerin uluslararası turizm payından pay almaları için, hedef pazarlar iyi seçilmeli, rakiplerin pazarlama stratejileri gözden geçirilmeli, ayrıca rakiplerden farklı yanları ortaya çıkaracak pazarlama stratejileri geliştirilmelidir.

Bölgesel turizm yapılmalı, yurtdışından hasta alacak hastanelerde kalite belgesi aranmalı, ülkelerarası işbirliği geliştirilmeli, hastaneler arasında ortak bir bilgi ağı kurulmalıdır.

#### KAYNAKÇA

- Connell, J. (2006). "Medical tourism: Sea, sun, sand and... surgery. Tourism Management", 27.
- Kiremit, A., (2008). "Turizmin gelişiminde bir alternatif olarak medikal turizm: bir sağlık kuruluşunda araştırma", Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Marcouiller, D.W., K.K. Kim, and S.C. Deller, (2004). "Natural Amenities Tourism and Income Distribution", Annals Tourism of Research, 31(4), ss: 1031-1050.
- Ülger, Savaş (1992). "Genel Turizm Bilgisi", Akdeniz Üniversitesi, Antalya.
- Yıldırım, H.H. ve Altunkaya, Ü. (2006). "Türkiye'nin Sağlık Turizmi Potansiyeli Güçlükler", [http://www.absaglik.com/saglik\\_turizmi\\_turkiye.pdf](http://www.absaglik.com/saglik_turizmi_turkiye.pdf), (Son Erişim Tarihi: 14.07.2013).
- WTO (1996), Executive Summary, Tourism 2020 Vision, A New Forecast From The WTO, Madrid.