

Medikal Turistlerin Deneyimlerini Şekillendiren Temel Faktörler: Çevrimiçi Yorumların Sistemik Analizi

Atakan Yaşar Zorlu

Lisansüstü Eğitim, Öğretim ve Araştırma Enstitüsüne Turizm
İşletmeciliği Yüksek Lisans Tezi olarak sunulmuştur.

Doğu Akdeniz Üniversitesi
Ocak 2025
Gazimağusa, Kuzey Kıbrıs

Lisansüstü Eğitim, Öğretim ve Araştırma Enstitüsü onayı

Prof. Dr. Ali Hakan Ulusoy
L.E.Ö.A. Enstitüsü Müdürü

Bu tezin Turizm İşletmeciliği Yüksek Lisans derecesinin gerekleri doğrultusunda hazırlandığını onaylarım.

Yrd. Doç. Dr. İlkay Maloney Yorgancı
Turizm Fakültesi Dekan Vekili

Bu tezi okuyup değerlendirdiğimizi, tezin nitelik bakımından Turizm İşletmeciliği Yüksek Lisans derecesinin gerekleri doğrultusunda hazırlandığını onaylarız.

Dr. Mehmet Bahri Saydam
Eş-Tez Danışmanı

Yrd. Doç. Dr. Cahit Ezel
Tez Danışmanı

Değerlendirme Komitesi

1. Yrd. Doç. Dr. Nazanin Naderiadib Alpler

2. Yrd. Doç. Dr. Cahir Ezel

3. Yrd. Doç. Dr. Ali Özduvan

ÖZ

Bu çalışma, medikal turizmde hasta memnuniyetini değerlendirmek ve memnuniyet ile memnuniyetsizliğe katkıda bulunan temel faktörleri belirlemek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Veriler, kullanıcıların deneyimlerini paylaşımlarına ve çeşitli hizmetleri derecelendirmelerine olanak tanıyan, yaygın olarak tanınan bir tüketici değerlendirme platformu olan Trustpilot'tan toplanmıştır. Toplamda 10,954 çevrimiçi içerik incelenmiş ve Leximancer yazılımı kullanılarak analiz edilmiştir. Analiz sonucunda, medikal turistlerin deneyimlerini tanımlayan yedi kapsayıcı tema ortaya çıkarılmıştır: Bakım Kalitesi, Uygun Fiyat, Müşteri Hizmetleri, Kolaylık, Ameliyat Sonrası Komplikasyonlar, İletişim Engelleri ve Karşılanmayan Beklentiler.

Bu çalışma, medikal turistlerin deneyimlerini etkileyen temel temaları sistematik bir şekilde ele alarak, medikal turizm sektöründe hasta odaklı iyileştirmeler için önemli bir bilgi temeli sunmaktadır. Çalışmanın bulguları, sağlık hizmeti sağlayıcılarına hizmet kalitesini artırmak ve hasta memnuniyetini desteklemek için yol gösterici niteliktedir.

Anahtar Kelimeler: Medikal turizm, medikal turistler, tematik analiz, Leximancer

ABSTRACT

This study evaluated patient (dis)satisfaction in medical tourism and identified the key factors contributing to both satisfaction and dissatisfaction. The data were collected from Trustpilot, a widely recognized consumer review platform that allows users to share their experiences and rate various services. A total of 10,954 online reviews were analyzed using Leximancer software. The analysis identified seven overarching themes that define the experiences of medical tourists: Quality of Care, Affordability, Customer Service, Convenience, Postoperative Complications, Communication Barriers, and Unmet Expectations.

By systematically addressing the core themes that influence medical tourists' experiences, this study provides a valuable knowledge base for patient-centered improvements in the medical tourism sector. The findings offer actionable insights for healthcare providers to enhance service quality and support patient satisfaction.

Keywords: Medical tourism, medical tourists, thematic analysis, Leximancer

TEŞEKKÜR

Bu tez alışmam boyunca bana yol gösteren, desteklerini ve değerli bilgilerini esirgemeyen danışmanım Yrd. Doç. Dr. Cahit Ezel'e en içten teŐekkürlerimi sunarım. Kendisi, akademik gelişimime katkı sağlayarak, çalışmamın her aşamasında rehberliği ve teşvik edici tutumuyla bana büyük bir ilham kaynağı olmuştur.

Ayrıca, değerli katkıları ve yol gösterici önerileriyle tezime önemli katkılar sağlayan eş-tez danışmanım Dr. Mehmet Bahri Saydam'a teşekkür ederim. Kendisi, sürecin her aşamasında kıymetli fikirleri ve desteğiyle çalışmamı daha kapsamlı ve nitelikli bir hale getirmeme yardımcı olmuştur.

Bu süreçte, bana manevi destek veren aileme ve arkadaŐlarım da sonsuz teşekkür ederim. Verdikleri moral ve motivasyon sayesinde bu süreci daha kolay ve anlamlı bir hale getirdiler.

Son olarak, akademik hayatımda beni destekleyen, bilgi ve deneyimlerinden faydalanmamı sağlayan tüm hocalarıma ve araŐtırmamın gerçekleŐmesine katkıda bulunan herkese içtenlikle teşekkür ederim.

İÇİNDEKİLER

ÖZ	iii
ABSTRACT	iv
TEŞEKKÜR	v
TABLO LİSTESİ.....	viii
ŞEKİL LİSTESİ.....	ix
1 GİRİŞ	1
1.1 Çalışmanın Amacı	1
1.2 Çalışmanın Önemi.....	2
1.3 Çalışmanın Katkısı	2
1.4 Çalışmanın Yöntemi.....	4
2 LİTERATÜR TARAMASI.....	6
2.1 Turizm ve Ağırhama Sektörü.....	6
2.2 Sağlık Turizmi.....	9
2.3 Özel İlgi Turizmi	10
2.3.1 Medikal Turizm	12
2.3.2 Eko-turizm	17
2.3.3 Macera Turizmi	18
2.3.4 Kültür Turizmi.....	19
2.3.5 Uzay Turizmi.....	21
2.3.6 Hüzün Turizmi	23
2.4 Çevrimiçi İçerik	25
2.5 Turizm ve Ağırhama Endüstrisinde Medikal Turizm Çalışmaları	28
3 ARAŞTIRMA YÖNTEMİ.....	35

3.1 Araştırmanın Yöntemi.....	35
3.2 Araştırmanın Evren ve Örneklemi	36
3.3 Veri Analizi	37
4 BULGULAR	41
4.1 Genel Bulgular	41
5 TARTIŞMA VE SONUÇ	50
5.1 Sonuç	50
5.2 Tartışma	52
6 ÖNERİLER	55
6.1 Teorik Çıkarımlar	55
6.2 Yönetimsel Çıkarımlar	57
6.3 Politika Yapıcılar için Çıkarımlar.....	60
6.4 Gelecekteki Çalışmalara Öneriler ve Kısıtlar	62
KAYNAKLAR	64

TABLO LİSTESİ

Tablo 1: Turizm ve Ağırlama Sektöründeki Güncel Medikal Turizm Araştırmaları .	29
Tablo 2: Medikal Turistlerin Deneyimlerindeki Ana Temalar Arasındaki İlişkilerin Frekans Sayım Matrisi	43

ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 1: Konsept Haritası	42
---------------------------------	----

Bölüm 1

GİRİŞ

1.1 Çalışmanın Amacı

Medikal turizm, bireylerin tıbbi tedaviler, ameliyatlar veya sağlıklı yaşam terapileri almak için yabancı ülkelere seyahat etmesini içerir. Medikal turizmin arkasındaki başlıca itici güçler; daha düşük maliyet potansiyeli, uzmanlaşmış tıbbi prosedürlere erişim, daha kısa bekleme süreleri ve tıbbi bakımı boş zaman aktiviteleriyle birleştirme fırsatıdır (Sadeh & Garkaz, 2019). Genel sağlık hizmetlerinin yanı sıra medikal turistler sıklıkla estetik ameliyatlar, diş prosedürleri, doğurganlık tedavileri ve organ nakilleri talep etmektedir (Turner, 2008; Yu & Ko, 2012). Bu turizm şekli, sağlık hizmeti sağlayıcıları, hastaneler ve konaklama ve ulaşım gibi ilgili endüstriler için gelir yaratarak ev sahibi ülkelerin ekonomilerine önemli ölçüde katkıda bulunur (Beladi vd., 2019). Tayland, Hindistan ve Türkiye gibi ülkeler, daha uygun fiyatlarla yüksek kaliteli tıbbi hizmetler sunmalarıyla bilinen popüler medikal turizm destinasyonlarıdır (Ebrahim & Ganguli, 2019).

Bu çalışmanın temel amacı, Trustpilot'tan toplanan çevrimiçi değerlendirmelerin kapsamlı bir analizi yoluyla tıbbi seyahat edenlerin memnuniyetini değerlendirmektir. Trustpilot, bir çevrimiçi inceleme platformu olup, kullanıcıların şirketler, ürünler veya hizmetler hakkında deneyimlerini paylaşmalarını ve değerlendirmelerde bulunmalarını sağlar (Sökmen & Çapa, 2024). Spesifik olarak, tıbbi gezginler arasında hem memnuniyete hem de memnuniyetsizliğe katkıda bulunan faktörleri belirlemeye

odaklanacağız. Araştırma, hasta geri bildirimlerini sistematik olarak inceleyerek, medikal turizm sektöründeki deneyimlerini etkileyen kritik unsurları ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır. Bu araştırma, sağlık hizmeti sağlayıcılarının hasta memnuniyetini artıran veya azaltan unsurları anlamalarına yardımcı olacak ve sonuçta medikal turizmde daha iyi hizmet sunumuna yol açacaktır.

1.2 Çalışmanın Önemi

Sağlık hizmeti sağlayıcıları için hasta memnuniyetini anlamak, hizmet kalitesini artırma, olumlu hasta deneyimleri sağlama noktasında çok önemli rol oynamaktadır (Manaf vd., 2015). Bu çalışma, medikal yolcuların deneyimlerini etkileyen spesifik unsurlar hakkında ampirik kanıtlar sunarak, sağlayıcıların hizmetlerini iyileştirmelerine ve uluslararası hastaların beklentilerini karşılamalarına olanak tanıyacaktır (Cham vd., 2021; Debata vd., 2015; Mkwizu, 2020). Ayrıca, sağlık ve turizm sektörlerindeki politika yapıcılar, medikal turistlerin karşılaştığı eğilimler ve zorluklar hakkında içgörü kazanacakları ve sektörün büyümesini teşvik eden destekleyici politikalar oluşturabilecekleri için bulgulardan faydalanabilirler. Ayrıca araştırma, medikal turizmle ilgili akademik literatüre katkıda bulunarak bu gelişen alandaki bilgi birikimini artıracak ve gelecekteki çalışmalar için bir temel oluşturacaktır.

1.3 Çalışmanın Katkısı

Bu araştırma, son yıllarda hızla büyüyen ve ev sahibi ülkeler için önemli ekonomik avantajlar sağlayan bir endüstri olan medikal turizmin anlaşılmasına önemli katkılarda bulunmayı amaçlamaktadır (Connell, 2013; Seow vd., 2021; Yin vd., 2021). Medikal turizm yalnızca sağlık sektörüne katkıda bulunmakla kalmayıp aynı zamanda sağlık, konaklama ve ulaşım gibi çeşitli alanlarda istihdam yaratarak ekonomik büyümeyi de teşvik etmektedir (Hadian vd., 2021; Yılmaz & Aktas, 2021). Ülkeler, uluslararası

hastaları çekerek küresel rekabet güçlerini artırabilir ve gelir elde edebilir; bu da yerel ekonomileri destekler ve sağlık altyapısına daha fazla yatırım yapılmasını teşvik eder (Beladi vd., 2019; Taheri vd., 2021; Xu vd., 2021). Tıbbi seyahatin artan yaygınlığı göz önüne alındığında, hasta memnuniyetini anlamak, pazar paylarını korumak ve büyütmek isteyen hizmet sağlayıcılar için çok önemli hale gelmiştir (Qolipour vd., 2018; Zhang vd., 2022).

Medikal turizme yönelik artan ilgiye rağmen, literatürde hasta memnuniyetini etkileyen faktörlere ilişkin, özellikle de medikal turistler tarafından paylaşılan çevrimiçi değerlendirmelerden elde edilen içgörülerle ilgili kayda değer bir boşluk bulunmaktadır (Sarker vd., 2022; Wong vd., 2020). Bazı çalışmalar bu sektördeki memnuniyet seviyelerini araştırmış olsa da, çok azı hasta deneyimlerini anlamak için paha biçilmez bir kaynak olan çevrimiçi değerlendirmeleri analiz etmeye odaklanmıştır (Ahani vd., 2021). Bu araştırma, çevrimiçi değerlendirmeleri birincil veri kaynağı olarak kullanan yeni bir yaklaşım kullanarak bu boşluğu ele almıştır.

Çevrimiçi değerlendirmelere odaklanmak birkaç nedenden dolayı kritik önem taşımaktadır. İlk olarak, çevrimiçi değerlendirmeler, sosyal arzu edilebilirlik önyargısından veya görüşmecinin varlığından etkilenebilen mülakatlar ve anketler gibi geleneksel yöntemlere kıyasla genellikle daha samimi ve gerçek hasta deneyimlerini yansıtıcıdır. Trustpilot gibi platformlardaki incelemeler, sağlık hizmetlerinin güçlü ve zayıf yönlerine ilişkin tarafsız bilgiler sunarak hasta perspektiflerinin daha gerçekçi bir şekilde temsil edilmesine olanak tanır. İkinci olarak, çevrimiçi incelemeler, farklı hasta demografileri arasında çok çeşitli deneyimleri yakalayan gerçek zamanlı geri bildirim sağlayarak memnuniyet ve memnuniyetsizlik faktörlerinin daha zengin ve kapsamlı bir şekilde anlaşılmasına yol açar.

Bu çalışmanın bulguları sadece medikal turizmle ilgili mevcut literatürü zenginleştirmekle kalmayacak, aynı zamanda sağlık hizmeti sağlayıcıları için pratik çıkarımlar da sağlayacaktır. Paydaşlar, çevrimiçi değerlendirmelerin merceğinden memnuniyet ve memnuniyetsizliğin temel etkenlerini belirleyerek, hizmet kalitesini artırmak ve hasta deneyimlerini iyileştirmek için hedefli stratejiler uygulayabilir.

Ayrıca bu araştırma, medikal turizm ve diğer sağlık hizmetleri bağlamında hasta memnuniyetini ölçmek için çevrimiçi değerlendirme analizinin kullanılmasının etkinliğini göstererek, bu alanda gelecekte yapılacak çalışmalar için metodolojik bir referans görevi görecektir. Nihayetinde bu çalışma, hasta ihtiyaç ve beklentilerinin daha iyi anlaşılmasını sağlayarak medikal turizm sektöründe daha bilinçli kararlar alınmasının önünü açmayı amaçlamaktadır.

1.4 Çalışmanın Yöntemi

Bu çalışmada kullanılan araştırma metodolojisi, veri toplama ve analizine yönelik sistematik bir yaklaşım içermekte ve öncelikle çevrimiçi incelemelerden elde edilen nitel içgörülere odaklanmaktadır. Veriler, tüketici geri bildirimleri için yaygın olarak tanınan bir platform olan Trustpilot'tan elde edilmiş ve çeşitli medikal gezginlerin deneyimlerini ele alan çeşitli ve temsili bir veri setinden istifade edilmiştir. Bu verileri analiz etmek için, tematik ve duygu analizindeki gelişmiş yetenekleri nedeniyle Leximancer yazılımı kullanılmıştır.

Bu yazılım, incelemelerde yer alan ana temaların, duyguların ve eğilimlerin tanımlanmasına olanak tanıyarak tıbbi seyahat edenlerin memnuniyetine/memnuniyetsizliklerine ilişkin kapsamlı bir görünüm sağlamıştır. Bu çalışmanın metodolojik titizliği, hasta memnuniyetini/memnuniyetsizliklerini etkileyen

faktörlerin derinlemesine anlaşılmasını kolaylaştırmış ve medikal turizm uygulamalarının iyileştirilmesi için uygulanabilir tavsiyelerin geliştirilmesine katkıda bulunmuştur. Bu araştırma, nitel analizi gerçek hasta geri bildirimleriyle bütünleştirerek, hasta beklentileri ile hizmet sunumu arasındaki boşluğu doldurmayı ve nihayetinde gelecekteki gezginler için medikal turizm deneyimini geliştirmeyi amaçlamıştır.

Bölüm 2

LİTERATÜR TARAMASI

2.1 Turizm ve Ağırhama Sektörü

Turizm ve ağırhama sektörü, küresel ekonominin en dinamik ve hızla büyüyen sektörlerinden biri haline gelmiş olup, birçok bölgenin sosyo-ekonomik kalkınmasında önemli bir rol oynamaktadır (León-Gómez vd., 2021; Streimikiene vd., 2021; Razzaq vd., 2021). Bu sektör seyahat, konaklama, yemek ve eğlence dahil olmak üzere çok çeşitli faaliyetleri kapsamakta ve kültürel değişim, boş zaman ve iş seyahatleri ile derinden iç içe geçmektedir (Aslan vd., 2021). Geçtiğimiz on yıllarda turizm ve konaklama sektörleri, teknolojiadaki ilerlemeler, değişen tüketici tercihleri ve küreselleşme nedeniyle önemli dönüşümler geçirmiş ve bu da artan karmaşıklığına katkıda bulunmuştur (Saydam vd., 2022). Güncel alanyazın, sektörün ekonomik büyümeyi teşvik etme, istihdam fırsatları yaratma ve farklı nüfuslar arasında kültürel anlayışı teşvik etme kabiliyetine dikkat çekmiştir (Baloch vd., 2023; Eyuboglu & Eyuboglu, 2020; Nyasha vd., 2021).

Yukarıdaki bilgilere ek olarak, hizmet bazlı işletmeleri şiddetli rekabet ve çalkantılı bir ortamla karşı karşıyadır ve bu işletmelerin büyümesi ve gelişmesi tamamen, hizmet mükemmelliğini sağlamak ve sürdürmek için en temel kaynak olan çalışanlarına bağlıdır (Brochado vd., 2019). Diğer hizmet sektörleri gibi konaklama sektörü de ülke ekonomisinin hayati bir parçasıdır. Sektör, her ülkenin gayrisafi yurtiçi hasılasına önemli ölçüde katkıda bulunmaktadır (Özduran vd., 2023). Bu emek yoğun endüstri,

çok sayıda işletmenin faaliyetlerini desteklemekte ve bu süreçte istihdam yaratmaktadır (Delfgaauw, 2007). Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi'nin (WTTC) (2020) istatistiklerine göre, konaklama sektörü dünya çapında 272 milyon çalışanı istihdam etmektedir ve bu rakam her on kişiden birine karşılık gelmektedir. Konaklama sektörünün işgücünün büyüklüğü göz önünde bulundurulduğunda, işyerinde meydana gelebilecek sorunların tespit edilmesi ve bunlara çözüm önerileri getirilmesi araştırmacılar tarafından önemsenmelidir. Konaklama sektörü, nispeten düşük ücretler, 7/24 çalışma saatleri, kötü çalışma koşulları ve sömürü sunmasıyla birçok sektörden ayrılmaktadır (Akgunduz vd., 2022; Özduran vd., 2023; Saydam vd., 2023).

Ancak bu büyümeye sürdürülebilirlik kaygıları, hizmet kalitesi yönetimi ve küreselleşmiş bir pazarda artan rekabet gibi zorluklar da eşlik etmektedir (Sharpley, 2020; Nunkoo vd., 2020). Sektörde medikal turizm, eko-turizm ve sağlıklı yaşam turizmi gibi niş pazarların yükselişi, işletmelerin daha özel gezgin ihtiyaçlarına cevap vermeye çalışmasıyla dikkat çekmiştir (Shasha vd., 2020; Paul & Roy, 2023; Zarei vd., 2020). Ayrıca, online rezervasyon platformları, müşteri değerlendirme sistemleri ve dijital pazarlama yoluyla teknolojinin entegrasyonu, müşteri deneyimlerini ve beklentilerini yeniden şekillendirerek sektörü yeni pazar gerçeklerine uyum sağlamaya zorlamıştır (Deb vd., 2024; Tarazona-Montoya vd., 2020). Sektör gelişmeye devam ederken, olağanüstü müşteri hizmetleri sunmaya, misafir memnuniyetini artırmaya ve sürdürülebilir uygulamaları benimsemeye odaklanmak, rekabet gücünü korumak ve uzun vadeli başarıyı teşvik etmek için çok önemli olmaya devam etmektedir (Pj vd., 2023; Cham vd., 2021; Debata vd., 2015; Mkwizu, 2020).

Amerika Birleşik Devletleri (ABD) 2023 yılında en yüksek uluslararası turizm gelirin e sahip küresel seyahat destinasyonu olmuştur. O yıl, ABD'de gelen turizm gelirleri 189 milyar ABD dolarının üzerinde gerçekleşti. Bu rakam yıllık bazda keskin bir artışa işaret etse de pandemi öncesi seviyelerin altında kaldı. Bu arada, 2023 sıralamasında İspanya ve Birleşik Krallık sırasıyla yaklaşık 92 milyar ve 74 milyar ABD doları ile takip etti. En yüksek turizm gelirini elde eden ülkeler arasında Amerika Birleşik Devletleri, İspanya, Fransa, İtalya ve Tayland yer almakta olup, uluslararası ziyaretçilerin harcamaları toparlanarak pandemi öncesi seviyeleri aşmıştır (UN Tourism, 2024).

Fransa, uluslararası turizm gelirlerine göre dördüncü sırada yer alırken, hem pandeminin etkisinden önce hem de sonra dünya çapında en fazla gelen turist sayısına sahip ülkeler listesinin başında yer aldı. 2023 yılında Fransa'ya 100 milyon uluslararası turist gelirirken, İspanya ve Amerika Birleşik Devletleri sırasıyla 85 milyon ve 66 milyonun üzerinde gelişle sıralamayı takip etti. Tahminlere göre, seyahat ve turizmin dünya genelinde gayrisafi milli hasılaya (GSYH) göre toplam katkısı 2023 yılında 10 trilyon ABD dolarının biraz altında gerçekleşmiştir. Bu rakam, söz konusu sektörlerin doğrudan, dolaylı ve uyarılmış etkilerini ifade etmektedir. O yıl dünya genelinde seyahat ve turizm sektöründeki istihdam sayısı 300 milyonu aşmıştır (WTO, 2024).

2023 yılında seyahat ve turizmin GSYH'ya toplam katkısı, COVID-19 pandemisinden önceki yıl olan 2019'a göre yaklaşık yüzde dört daha düşüktü. Genel olarak, seyahat ve turizmin küresel GSYH'ye katkısı 2023 yılında 9,9 trilyon ABD doları olarak gerçekleşti. Bu rakamın 2024 yılında tahmini 11,1 trilyon ABD dolarına ulaşacağı ve pandemi öncesi seviyeleri aşacağı tahmin edilmektedir (WTTC, 2024).

2.2 Sağlık Turizmi

Sağlık ve şifa (iyileşme) niyetiyle bir yerden diğer bir yere seyahat etme yeni bir olay değildir. Tarihsek olarak ele alındığında sağlık turizminin başlangıcı, Yunanistan'dan başlayarak tüm medeniyetler boyunca şifa bulma ile dinlenme kavramları birlikte ele alınmıştır (TÜRSAB, 2021). Antik Yunana ek olarak, Roma İmparatorluğu ve sonrasındaki uygarlıklarda bilhassa termal turizmin ilk izlerine şahit olunmuştur. Roma'da savaştan geriye gelen yaralı ve yorgun askerlerin dinlenme amacıyla şifalı olduğu kanısına varılan termal sularda belirli zaman geğirilmesi, zaman içerisinde herkes için kullanılmaya başlanmıştır. Sağlık turizmi kelime anlamı olarak geniş bir alanı içerisine almakta ve ilk olarak spa (*selus per aqua*) ve termal turizminden başlayarak 18. yüzyıla kadar ileriye gitmektedir (stn, 2022).

Sağlık turizmi, sağlık hizmeti almak için uluslararası sınırların otesine seyahat etmek anlamına gelmektedir. Zengin ülkelerdeki yüksek tedavi maliyetleri, uzun bekleme listeleri, uygun fiyatlı hava yolculuğu, uygun döviz kurları ve iyi nitelikli sağlık personelinin mevcudiyeti gibi faktörler nedeniyle son yıllarda yaygınlaşmıştır (Figueiredo vd., 2024). Sağlık turizmi, tedaviye odaklanan medikal turizm ile rahatlama, egzersiz ve kaplıca ziyaretlerini içeren wellness turizmini kapsamaktadır (Büyüközkan vd., 2021). Sağlık turizmi kaplıca, spa, medikal turizm, beden ve zihin bakımı, gastronomi, spor, doğa ve evre, kültür, maneviyat ve etkinlikler gibi çeşitli bileşenlere dönüşmüştür (Lee & Kim, 2015). Sektör, milyarlarca dolarlık küresel bir pazara katkıda bulunan önemli bir ekonomik potansiyele sahiptir (Torkzadeh vd., 2024).

Medikal turizmin orijinal konsepti, günümüzde sağlık turizmi olarak kabul edilen masaj, terapi, spa vb. tedaviler için yurtdışına gitmekle başlar. Cormany ve Baloglu (2011), medikal turizmle ilgilenen katılımcıların yurtdışındaki ülkelerde düşük maliyetli ve gelişmiş tıbbi teknolojiye sahip büyük veya küçük ameliyatlar, dış tedavileri ve kozmetik iyileştirmeler aradıklarını belirtmektedir. Pratik bir bakış açısı, hastaların daha iyi tıbbi kalitede veya daha erişilebilir olan daha uygun fiyatlı bakım almak için başka bir ülkeye gittiklerini kısaca yorumlamaktadır (Lee & Kim, 2015).

Medikal seyahat edenlerin mevcut eğilimleri, düşük maliyet, gelişmiş yetkinlik ve zaman verimliliğinden faydalanmak için ABD, AB, Kanada ve Avustralya gibi gelişmiş ülkelere Bangkok, Singapur, Yeni Delhi ve Seul gibi gelişmekte olan şehirlere taşınmaktadır. Ayrıca medikal turizm, tıbbi performans yoluyla gezginin bedeninin ve zihninin iyileştirilmesi, restorasyonu ve bakımı için destinasyonun çevresine dışarıdan seyahat düzenlenmesini de içermektedir (Lee & Kim, 2015).

2.3 Özel İlgi Turizmi

Özel ilgi turizmi kavramı, 1980'lerde ve 1990'ların başında (Weiler & Hall, 1992), homojen ürünleri ve olumsuz sosyal ve çevresel etkileri nedeniyle gözden düşen kitle turizmine karşı bir muhalefet olarak 'niş', 'alternatif', 'sürdürülebilir', 'eko', 'sorumlu' ve 'yeni' turizmin ortaya çıkışıyla birlikte tanıtılmıştır (Jin & Sparks, 2017). Özel ilgi turizmi, başlangıçta macera, eko ve spor turizminden kültür turizmine kadar çeşitli ürünleri içeren pazarın 'zor' veya 'uzmanlaşmış' ucuna odaklanan 'ciddi boş zaman' ve turizmin temelini kapsamak için kullanılmıştır. Bununla birlikte, artan tüketici talebine yanıt olarak, operatörler pazarın 'yumuşak' veya 'acemi' ucunu çekmek için tekliflerini çeşitlendirmişlerdir (Brotherton & Himmetoğlu, 1997; Mckercher & Chan, 2005; Smith & Puczko, 2015). Örneğin, macera turizminin bir bileşeni olarak açık hava

rekreasyonu giderek ticarileşmiş ve satın alınabilir kısa süreli bir tatil deneyimi haline gelmiştir (Jin & Sparks, 2017).

Yukarıdaki bilgilere ek olarak, özel ilgi turizmi, seyahatin genel gezi veya kitlesel pazar teklifleri yerine bireylerin özel ilgi alanları, hobileri veya ihtiyaçları tarafından motive edildiği turizm endüstrisinin dinamik ve gelişen bir bölümünü temsil etmektedir (Trauer, 2006). Bu turizm biçimi, rahatlama veya standart turistik faaliyetlerden daha fazlasını arayan gezginlerin farklı arzularına hitap eden deneyimlerin kişiselleştirilmesiyle karakterize edilir (Parrilla-González vd., 2020). Özel ilgi turizmi genellikle miras, vahşi yaşam, mutfak gelenekleri, sağlıklı yaşam, eğitim ve hatta fotoğrafçılık veya dini haclar gibi niş uğraşlar gibi belirli temalarla derin bir etkileşim içerir (Ma vd., 2020).

Özel ilgi turizminin büyümesindeki en önemli etkenlerden biri, tüketici davranışlarının yüzeyselliğin ötesine geçen anlamlı ve özgün deneyimlere doğru kaymasıdır (Ingram vd., 2021; Rezapouraghdam vd., 2024). Günümüzde gezginler, bir destinasyonla daha kişisel bir düzeyde bağlantı kurmalarını sağlayan sürükleyici ve özel faaliyetler aramaktadır. Bu durum, öğrenmeye, kişisel gelişime ve kültürel anlayışa odaklanılan deneyimsel seyahatin yükselişi gibi turizmdeki daha geniş eğilimlerle uyumludur (Soleimani vd., 2019; Wen & Wu, 2020). Özel ilgi turizmi, genellikle daha bilgili, etik açıdan bilinçli ve seyahatlerinin çevresel ve sosyal etkilerinin farkında olan daha seçici bir gezgine hitap etmektedir (Brotherton & Himmetoğlu, 1997; Mckercher & Chan, 2005; Smith & Puczko, 2015). Bu nedenle, birçok gezgin bu deneyimleri doğal veya kültürel mirası korumak, yerel ekonomileri desteklemek ve sorumlu turizm uygulamalarına katılmak amacıyla seçtiğinden, sürdürülebilirlik genellikle özel ilgi

turizminde önemli bir rol oynamaktadır (Rezapouraghdam vd., 2024; Nair & Mohanty, 2021).

2.3.1 Medikal Turizm

Uluslararası medikal turizm dünya çapında günbegün gelişme göstermektedir. Katılımcı medikal turizm destinasyonları için kazançlı bir tür olan uluslararası medikal turizm, en iyi sağlık ve refah için kaliteli tıbbi tedavilere erişim arayışıyla denizaşırı seyahatlerin yanı sıra turistik yerlere yapılan ziyaretlerden oluşmaktadır (Connell, 2006; Hopkins vd., 2010). Bir turist tatil programında tıbbi tedaviyi içerebilir. Medikal turizm, hizmet sektörünün bir parçasıdır ve medikal turistler tüketicidir. Medikal turizm, dünya çapında sağlık arayan turistleri çekmek için Tayland, Hindistan, Malezya, Çin ve Küba gibi çeşitli ülkelerde aktif olarak tanıtılmaktadır (Majeed vd., 2024). Medikal turizm destinasyonlarının pazarlamacıları, medikal turist davranışının öncüllerini ortaya çıkarmakla ilgilenmektedir. Medikal turizmde turistlerin karar verme süreçleri öncelikle medikal turizm endüstrisinin iki segmentine, yani tıbbi tedavi ve turistik cazibe merkezlerine bağlıdır (Ghosh & Mandal, 2019).

Bu destinasyonlarda sunulan özel tedaviler, destinasyonların cazibesinde önemli bir rol oynamaktadır. Kozmetik cerrahi, diş bakımı, doğurganlık tedavileri, ortopedik ameliyatlar ve bariatrik prosedürler en çok aranan hizmetler arasındadır. Ayrıca medikal turizm, organ nakli, kanser tedavileri ve kök hücre tedavileri gibi daha karmaşık tıbbi müdahaleleri de kapsayacak şekilde genişlemektedir. Akredite sağlık tesislerinin, uluslararası eğitimli doktorların ve küresel sigorta şirketleriyle ortaklıkların mevcudiyeti sektörü daha da meşrulaştırmıştır.

Yukarıdaki bilgilere ek olarak, küresel turizm ve sağlık hizmetleri sektörlerinin hızla büyüyen bir segmenti olan medikal turizm, bireylerin tıbbi tedavi ve sağlık hizmetleri

almak için ulusal sınırları aşarak seyahat etmelerini kapsamaktadır (Campra vd., 2022; Chaulagain vd., 2021; Habibi vd., 2022). Bu olgu, uygun fiyatlı sağlık hizmeti seçenekleri, uzmanlaşmış tedavilere erişim ve daha kısa bekleme sürelerinin birleşimi nedeniyle büyük ilgi görmüştür (Taheri vd., 2021). Connell (2013) medikal turizmi, hastanın kendi ülkesi ile varış noktası arasındaki ekonomik, düzenleyici ve sağlık sistemi farklılıkları nedeniyle yabancı bir ülkede sağlıkla ilgili hizmet arayışı olarak tanımlamaktadır. Sektör, kozmetik cerrahi veya diş bakımı gibi basit tedavilerden organ nakli, doğurganlık tedavileri ve kalp ameliyatları gibi karmaşık tıbbi müdahalelere doğru evrilmiştir (Chaulagain vd., 2024; Li vd., 2023). Küreselleşmenin artması ve uluslararası bağlantıların gelişmesiyle birlikte, medikal turizm milyarlarca dolarlık bir endüstri haline gelmiş ve dünya çapında daha düşük maliyetlerle kaliteli sağlık hizmeti arayan hastaları kendine çekmiştir (Campra vd., 2022; Habibi vd., 2022).

Elde edilen son istatistiki bilgilere göre, 46 destinasyon baz alınarak yapılan 2020-2021 küresel medikal turizm sıralamasında Kanada 76,47 endeks puanıyla birinci olmuştur. Endeks, destinasyon ortamının, medikal turizm endüstrisinin ve tesis ve hizmetlerin kalitesinin değerlendirilmesine dayanmaktadır. Bu istatistik, 2020 yılındaki toplam medikal turizm endeks puanına göre dünya çapında önde gelen 20 ülkeyi göstermektedir (Medical Tourism, 2020).

2025 yılında Tayland'daki medikal turizm harcamalarının değerinin yaklaşık 29 milyar Tayland bahtı olacağı tahmin edilmektedir. Tayland, 2020 yılında medikal turizm endeksine göre dünya çapında medikal turizm için en iyi destinasyonlardan biri olmuştur.

Ortopedik cerrahi, sağlık turizminin hızla büyüyen bir diğer alanıdır. Küresel olarak yaşlanan nüfusla birlikte, özellikle kalça, diz ve omuzlar için eklem replasmanlarına olan talep artmıştır. Birleşik Krallık'taki hastaneler, daha hızlı iyileşme süreleri ve daha az komplikasyon sağlayan minimal invaziv prosedürler de dahil olmak üzere dünyanın en gelişmiş ortopedik tedavilerinden bazılarını sunmaktadır. Bu tür gelişmiş tekniklerin kolaylıkla bulunamayabileceği veya uzun bekleme sürelerinin ameliyatı geciktirebileceği Hindistan gibi ülkelerden gelen hastalar, hayatlarını kolaylaştıran bu prosedürler için sıklıkla Birleşik Krallık'a seyahat etmeyi tercih etmektedir (Travel and Tour World, 2024).

Türkiye sağlık turizminde dünyada ilk 10 ülke arasına girmiştir. Türkiye'nin sağlık turizmi gelirleri, COVID-19 salgını nedeniyle 2020'de yaşanan düşüş dışında istikrarlı bir şekilde artış göstermektedir. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerine göre, 2019 yılında 1,49 milyar dolar olan sağlık turizmi gelirleri, 2023 yılında 2,3 milyar dolara ulaştığı bildirilmiştir (Daily Sabah, 2024).

Kanada'nın Medikal Turizm Endeksi'nin 2020 baskısında birinci sırada yer alması hiç de şaşırtıcı değil çünkü dünyanın en büyük ikinci ülkesi, her yıl 14 milyondan fazla Amerikalının ilgisini çeken güçlü bir turizm endüstrisine sahip. ABD'ye yakınlığı, ülkeye uzun bekleme sürelerini ve yüksek sağlık hizmeti maliyetlerini atlatmak isteyen büyük bir turist ve hasta akını sağlıyor. Kanada, özellikle ortopedik prosedürler ve karmaşık kalp ameliyatlarında kaliteli ve son derece uzmanlaşmış tıbbi tedaviler ve dünya standartlarında sağlık tesisleri sunma konusundaki itibarıyla üst sıralarda yer almaktadır. Değerlendirilen 46 destinasyon arasında Destinasyon Ortamı açısından en üst sırada, Medikal Turizm Endüstrisi boyutunda 7. sırada ve Tesis Kalitesi açısından 4. sırada yer almaktadır (Medical Tourism, 2020).

İspanya, her yıl on milyonlarca turisti çeken turist profili ile dünyanın en çok ziyaret edilen turistik yerlerinden biri olarak bilinmektedir. Ülke, yabancı hastalara mükemmel sağlık hizmetlerini güzel bir seyahat deneyimiyle birlikte sunduğu için MTI tarafından Avrupa'daki en seçkin medikal turist destinasyonu olarak üst sıralarda yer almaktadır (Medical Tourism, 2020). İspanya, Orta Doğu, Kuzey Afrika ve Britanya Adaları'ndan giderek artan sayıda uluslararası turisti kendine çekmektedir ve bu turistlerin çoğu ülkeyi ileri ortopedik, kozmetik ve diş prosedürleri için ziyaret etmektedir. İspanya, Madrid'deki ünlü Hospital Universitario de Madrid ve Sanitas Hospitales dahil olmak üzere uluslararası kuruluşlar tarafından akredite edilmiş birçok hastaneye sahiptir (Aguiar-Díaz vd., 2019).

Dubai ultramodern mimarisi, yüksek binaları ve lüks alışveriş imkanlarıyla tanınmaktadır. Nüfusu 9,4 milyonu aşan Dubai, her yıl 10 milyondan fazla turisti ağırlamaktadır. Dubai'nin huzurlu ortamı ve güzelliği, dünya standartlarında bakım için Dubai'ye gelen milyonlarca uluslararası hastanın seyahat deneyimine ivme kazandırmaktadır (Medical Tourism, 2020).

Medikal Turizm Endeksi, dünya standartlarında hastanelere ve çeşitli uzmanlık alanlarındaki uluslararası doktorlara sahip olması nedeniyle Dubai'yi Arap bölgesindeki en iyi medikal destinasyon seçmiştir. Dubai, ağırlıklı olarak Asya'dan ve komşu Arap ve Körfez ülkelerinden gelen medikal turistleri ve Avrupa ve Afrika ülkelerinden bazı gezileri ağırlamaktadır. Dubai'ye her yıl milyonlarca turist gelmeye devam etmekte olup, bunların yüz binlercesi çoğunlukla karmaşık kozmetik, diş ve doğurganlık tedavileri için DHCC'yi ziyaret etmektedir. Mediclinic City Hospital ve Dr. Sulaiman Al-Habib Hospital gibi ünlü hastanelere ev sahipliği yapan şehir,

özellikle KİK ve daha geniş Arap dünyasından gelen medikal turistler için tek durak noktası haline gelmiştir (MedicalTourism, 2020).

Kosta Rika, medikal turizm pazarında hızla lider konumuna yükselmektedir. Turistik lokasyonları ve rekabetçi fiyatlarıyla tanınan Kosta Rika, ABD ve Kanada gibi komşu ülkelerden milyonlarca medikal turisti her yıl ağırlamaktadır. Bu Orta Amerika ülkesi son birkaç yıldır diş hekimliği ve kozmetik cerrahide Kanada ve ABD'nin üzerinde bir sıralamaya sahiptir. Ülke ayrıca göz cerrahisi, kanser tedavisi ve bariatrik cerrahi alanlarında da adından söz ettirmektedir. San Jose'de bulunan CheTica Çiftliği, dinlendirici bir ortamda iyileşmeyi seven hastalar için tıbbi seyahatlere yönelik egzotik iyileşme inzivaları sağlamaktadır (Warf, 2010). Bu çiftlikte ayrıca hastaların iyileşme sürecindeki tıbbi ihtiyaçlarını karşılamak üzere yüksek eğitilmiş hemşireler görev yapmaktadır. Kosta Rika, Medikal Turizm Endüstrisi kategorisinde 1. sırada yer alırken, Destinasyon Ortamı boyutunda 6., Tesis ve Hizmet Kalitesi boyutunda ise 13. sırada yer almaktadır (Medical Tourism, 2020).

Küresel Medikal Turizm Endeksi, Ölü Deniz'i ziyaret eden büyük turist havuzuna ve ülkede IVF ve diğer doğurganlık tedavileri arayan medikal turistlerin yoğunluğuna atıfta bulunarak İsrail'i dünyanın en iyi 8. medikal turizm destinasyonu olarak sıraladı. İsrail, MTI'da uluslararası itibar, hasta deneyimi, sağlık hizmetlerinin kalitesi ve sağlık tesislerinin akreditasyonu konularında üst sıralarda yer almıştır. Tesislerin ve Hizmetlerin Nitelikleri boyutunda 3. sırada yer alan İsrail, dünya standartlarında sağlık kurumlarına ve uluslararası eğitilmiş sağlık hizmeti sağlayıcılarına sahiptir. Karmaşık cerrahi prosedürlerdeki mükemmelliğiyle tanınan ünlü Sheba Tıp Merkezi, Rusya, Kıbrıs, Gürcistan ve ABD dahil olmak üzere dünyanın dört bir yanından binlerce

uluslararası hastaya tıbbi hizmet sunan uluslararası bir medikal turizm bölümü kurmuştur (Medical Tourism, 2020).

2.3.2 Eko-turizm

Son zamanlarda sürdürülebilirlik, seyahat ve turizm endüstrisinde önemli bir endişe kaynağı olarak ortaya çıkmış ve gezginlerin çevre dostu turizme daha fazla ilgi duymasına neden olmuştur (Sharma vd., 2022). Sürdürülebilir şekilde yönetilen turizm, ekonomik, ekolojik ve sosyo-kültürel faaliyetlere katılımları yoluyla hem gezginlere hem de ev sahibi toplumlara fayda sağlamaktadır (Sharma vd., 2024; Hou & Wu, 2021).

Sürdürülebilir turizmin bir alt kümesi olan ekoturizm, turizm endüstrisindeki potansiyel sektörlerden biri olarak görülmektedir (Shasha vd., 2020). Ekoturizm, doğa temelli turizmi teşvik eder, sürdürülebilir bir şekilde yönetilir, korumayı destekler ve çevrenin eğitilmiş bir şekilde yorumlanmasını içerir (Ali vd., 2023). Ekoturizm, sürdürülebilirliği korurken, gezginleri doğa temelli turizm faaliyetlerine ve destinasyonlarına çekmektedir.

Önceki çalışmalar ekoturizm seyahatine artan bir ilgi olduğunu göstermiş ve temel olarak sürdürülebilirliğe katkısı, ekoturizm uygulamasının zorlukları ve fırsatları, sosyo-kültürel etki, yerel-toplum temelli ekoturizm gelişimi, yaban hayatı turizminde öğrenen ziyaretçiler üzerine odaklanmıştır (Gabriel-Campos vd., 2023; Paul & Roy, 2023; Lee vd., 2021).

Ancak Covid-19 salgını, seyahat tutkunları için ani engeller (seyahat kısıtlamaları, sosyal mesafe ve tecrit) yaratmıştır. Bu nedenle uzmanlar, 'yeni normale' uyum sağlamak için açık hava, doğa temelli ve yavaş turizme olan ilginin artacağını

öngörüyor (Paul & Roy, 2023; Roy & Sharma, 2021). Sonuç olarak, insanlar güvenli ve sürdürülebilir seyahat destinasyonlarında doğal rekreasyon turizmine artan bir ilgi göstermektedir (Roy & Sharma, 2021). Dolayısıyla, çevre dostu turizm kısa süre içinde tercih edilen bir turizm şekli olmaya devam edecektir (Shasha vd., 2020).

Ekolojik turizm olarak da bilinen eko-turizm, doğal ortamların korunmasını, sorumlu seyahat uygulamalarını ve yerel toplulukların refahını desteklemeyi vurgulayan bir sürdürülebilir seyahat biçimidir (Chia-Jung & Pei-Chun, 2014; Kızanlık vd., 2023). Kitle turizminin aksine eko-turizm, gezginlere milli parkları, vahşi yaşam rezervlerini veya ekolojik açıdan önemli diğer alanları ziyaret etmek gibi doğada sürükleyici deneyimler sunarken çevresel etkiyi en aza indirmeye odaklanır (Sharma vd., 2024; Hou & Wu, 2021). Temel faaliyetler genellikle yaban hayatı izleme, kuş gözlemciliği, yürüyüş ve yağmur ormanları, mercan resifleri ve sıradağlar gibi çeşitli ekosistemleri keşfetmeyi içerir. Eko-turizmin temel ilkelerinden biri, gezginleri koruma çabaları, çevresel sürdürülebilirlik ve biyolojik çeşitliliği korumanın önemi hakkında eğitmektir (Jacobson & Lopez, 1994; Hakim & Nakagoshi, 2014). Ayrıca eko-turizm, rehberlik, ağırlama ve koruma rollerinde istihdam yoluyla ekonomik fırsatlar sağlayarak yerel topluluklara doğrudan fayda sağlar (Bagheri vd., 2020).

2.3.3 Macera Turizmi

Macera turizmi en hızlı büyüyen turizm sektörlerinden biri ve turizm endüstrisinin önemli bir parçasıdır (Janowski vd., 2021). Macera Seyahati Ticaret Birliği (Adventure Travel Trade Association, 2018), uluslararası macera turizmi pazarının, yurt içi seyahatler ve Asya'ya giden seyahatler hariç olmak üzere, 683 milyar ABD doları değerinde olduğunu tahmin etmektedir. Macera turizminin küresel ekonomik değerinin kesin olarak değerlendirilmesi, kapsamının net olmaması nedeniyle mümkün olmasa da, parasal ve parasal olmayan faydaları vurgulanmıştır (Janowski

vd., 2021). UNWTO (2014), macera turizmine olan talebin artmasındaki en önemli etkenlerden birinin artan kentleşme ve dijitalleşme olduğunu, bunun da tüketicilerin doğal ve kültürel değerleri öne çıkaran aktif ve otantik deneyimler aramasına yol açtığını belirtmektedir. Dolayısıyla macera turizmi endüstrisi, destinasyonlara ekolojik, kültürel ve ekonomik faydaların yanı sıra çok rağbet gören kaçışlar da sağlamaktadır. Bu faydalar arasında yüksek değerli müşterilerin çekilmesi, sürdürülebilir uygulamaların teşvik edilmesi ve düşük ekonomik sızıntı nedeniyle yerel ekonomilerin desteklenmesi yer almaktadır (Adventure Travel Trade Association, 2016; UNWTO, 2014).

Macera turizmi, genellikle açık ve uzak ortamlarda fiziksel efor ve bir dereceye kadar risk içeren faaliyetlerle karakterize edilir. Bu turizm türü dağcılık, skydiving, rafting, bungee jumping ve kaya tırmanışı gibi adrenalin arayan gezginlere hitap etmektedir (Beames vd., 2022; Ritpanitchajchaval vd., 2023). Macera turizmi sadece zindeliği ve keşfi teşvik etmekle kalmaz, aynı zamanda doğal çevreye saygıyı da teşvik eder. Benzersiz ve zorlu deneyimlere olan talep arttıkça, Yeni Zelanda, Nepal ve İzlanda gibi destinasyonlar çok çeşitli macera aktiviteleriyle popüler hale gelmiştir (Buckley, 2007; Cloke ve Perkins, 2002; Mykletun, 2018; Mu ve Nepal, 2016). Macera turizmi aynı zamanda uzak bölgelerdeki altyapının geliştirilmesine katkıda bulunmakta ve rehberlik hizmetleri, ekipman kiralama ve konaklama sağlayıcıları aracılığıyla yerel ekonomileri desteklemektedir (Pomfret, 2021; Ponte vd., 2021; Rojo-Ramos vd., 2021).

2.3.4 Kültür Turizmi

Kültür turizmi, bir destinasyonun gelenekleri, görenekleri ve tarihi mirasıyla derinlemesine etkileşim kurmalarına olanak tanıyan sürükleyici deneyimler arayan gezginler tarafından yönlendirilen, küresel turizm endüstrisi içinde hızla büyüyen bir

sektördür (Jovicic, 2016). Bu turizm şekli, bir bölgenin mimari, müzeler, sanat galerileri, tarihi anıtlar, festivaller, yerel el sanatları ve hatta bir topluluğun kimliğini tanımlayan günlük uygulamalar gibi somut ve somut olmayan kültürel unsurlarının keşfedilmesini içerir (Chen & Rahman, 2018). Kültür turistleri genellikle öğrenme ve otantik deneyimler yaşama arzusuyla motive olurlar; bu da onları rehberli miras turları, kültürel simge yapılara ziyaretler ve yerel zanaatkârlar ve sanatçılarla etkileşim gibi faaliyetlere katılmaya daha yatkın hale getirir (Seyfi vd., 2020).

Kültür turizminin en önemli yönlerinden biri, kültürel koruma ve ekonomik kalkınmayı teşvik etme kabiliyetidir (Cetin & Bilgihan, 2016). Destinasyonlar geleneksel el sanatlarını, performansları ve tarihi yerleri sergileyerek kültürel miraslarını koruyabilir ve aynı zamanda yerel topluluklar için gelir yaratabilir (Richards, 2018). Örneğin, pek çok destinasyon UNESCO Dünya Mirası Alanları'nı öne çıkararak sadece ziyaretçi çekmekle kalmaz, aynı zamanda kültürel önemlerini korumak için fon ve koruma da alır. Bu turizm geliri akışı, yerel altyapı ve koruma çabalarına yeniden yatırım yapılarak destinasyonun kültürel kaynaklarının sürdürülebilirliği sağlanabilir (Cárdenas-García vd., 2015).

Ayrıca kültür turizmi, kültürlerarası diyalog ve anlayışın teşvik edilmesinde de önemli bir rol oynar. Turistlere yerel halkla etkileşime girme fırsatı sunarak onların yaşam tarzları, inanç sistemleri ve toplumsal değerleri hakkında fikir edinmelerini sağlar (Chiu vd., 2016; Wang & Bramwell, 2012). Bu da karşılıklı saygıyı artırır ve kültürel engelleri azaltır ki bu da farklı kültürler arasındaki yanlış anlamaların önemli sosyal ve siyasi sonuçlar doğurabildiği günümüzün küreselleşmiş dünyasında özellikle önemlidir (Canavan, 2016). Kültür turizmi yoluyla gerçekleşen alışveriş, sadece

turistin deneyimini zenginleştirmekle kalmaz, aynı zamanda ev sahibi kültürün küresel sahnedeki olumlu imajını da destekler (Crang, 2014; Salazar, 2012).

Ancak kültür turizminin yükselişinin zorlukları da yok değil. En önemli sorunlardan biri, geleneksel geleneklerin, ritüellerin ve yaşam tarzlarının turistlere hitap edecek ürünler olarak yeniden paketlenildiği kültürel metalaşmadır (Aktürk vd., 2019; Salazar, 2012). Bu durum, yerel kültürlerin daha turist dostu versiyonlar lehine değiştirilmesi ve hatta terk edilmesiyle özgünlüğün kaybolmasına yol açabilir (Kaygalak vd., 2013). Bu riskleri azaltmak için, destinasyonların ekonomik kazanımları kültürel koruma ile dengeleyen sürdürülebilir turizm uygulamalarını hayata geçirmeleri gerekir. Bu, kültürlerinin nasıl temsil edileceği ve yaratılan turizmden nasıl faydalanacakları konusunda söz sahibi olmalarını sağlamak için yerel topluluklarla yakın çalışmayı da içerebilir. Özünde kültür turizmi, ziyaretçinin deneyimini geliştirirken sergilenen kültürel mirasın bütünlüğünü ve sürekliliğini koruyacak şekilde yönetilmelidir (Saydam vd., 2022).

2.3.5 Uzay Turizmi

Uzay turizmi, uzay teknolojisindeki hızlı ilerlemeler ve ticari uzay seyahatine artan ilgi nedeniyle küresel turizm endüstrisindeki en heyecan verici sınırlardan birini temsil etmektedir (Congden vd., 2024; Tomassini & Cavagnaro, 2020). Bir zamanlar bilim kurgu dünyasına ait olan uzay turizmi, SpaceX, Blue Origin ve Virgin Galactic gibi özel şirketlerin bu gelişen pazarın ön saflarında yer almasıyla artık bir gerçeklik haline gelmektedir (Tiwari, 2021). Uzay turizmi, özel şahısların eğlence amaçlı olarak uzaya gönderilmesine yönelik ticari faaliyeti ifade etmektedir (Filimonau vd., 2024; Kim vd., 2024). Uzay seyahati maliyetleri çoğu kişi için engelleyici derecede yüksek olsa da, uzay turizmi kavramı ağırlıksızlığı deneyimleme, Dünya'yı yörüngeden izleme ve hatta gelecekte Ay ve Mars gibi gök cisimlerini ziyaret etme imkanı sunarak halkın

hayal gücünü yakalamıştır. Bu bilgilere ek olarak, uzay turizmi, konaklama, ulaşım, keşif, enerji ve inşaattan oluşan beş sektörün diğer gezegenlerde yeni ticaret fırsatlarında çalışmaya başlamasıyla kurgu ve filmin ötesine geçmektedir. Bugüne kadar 37 ülkeden gezginler uzay yolculuğu deneyimi yaşarken, uzay temelli konaklama endüstrisinin 2027 yılına kadar 37 milyar dolar değerinde olacağı tahmin ediliyor (Olya & Han, 2020). Uzay turizmi, 2020-2030 yılları arasında yıllık %18-%26 büyüme öngördüğü için hükümetlerin, işletmelerin ve turistlerin dikkatini çeken gelişen bir endüstri haline gelmektedir (Reddy vd., 2012).

Yarım asırlık bir geçmişe sahip olan ticari uzay pazarı, yılda 250 milyar dolardan fazla yatırım beklemektedir. NASA, 2021 yılına kadar 15.000 yolcunun yörünge altı uzay seyahatlerinden 700 milyon ABD Doları, 60 yolcunun yörünge seyahatlerinden ise 300 milyon ABD Doları gelir beklemektedir (Futron Corporation 2002). Amerika Birleşik Devletleri gibi öncü ülkeler, uzaydaki askeri operasyonları ve trafiği yönetmek için silahlı kuvvetlerin kollarından biri olarak Uzay Kuvvetlerini çoktan kurmuşlardır (Harrison 2018). Kısa bir süre önce NASA'nın Ay'da yaygın su varlığını doğrulaması üzerine ABD Başkan Yardımcısı, gelecekteki insanlı uzay yolculuğu ve keşiflerini tartışırken “bu bir ‘eğer’ sorusu değil, sadece ‘ne zaman’ sorusudur” demiştir (NASA 2018). Çevrimiçi bir anket Japonya, İngiltere, Rusya, Almanya ve Çin'in uzay yolculuğu için en büyük kamu talebine sahip ülkeler olduğunu bildirmiştir (DePasquale vd., 2006).

Avrupa Uzay Ajansı (ESA 2008, s. 19) uzay turizmini “özel olarak finanse edilen ve/veya özel olarak işletilen araçlarla yörünge-altı uçuşların gerçekleştirilmesini ve uzay turizmi pazarı tarafından yönlendirilen ilgili teknoloji gelişimini kapsayacak bir faaliyet” olarak tanımlamıştır. Uzay turizmi, macera turizmi alanından benzersiz ve

alışılmadık bir şey yapmakla ilgilenen turistleri çeken potansiyel bir pazar sağlamaktadır. Uzay turisti şöyle tanımlanır “zevk ve/veya eğlence için uzaya ya da klasik bir bedene doğru turlayan ya da seyahat eden kişi” olarak tanımlanmaktadır (Harrington 2017, s. 118).

Çıkan son haberlerde altı çizilen bir hususta uzay turistlerinin çok varlıklı olmaları ya da paralarını ödeyen zengin hayırseverlere sahip olmaları gerektiğinin altı çizilmiştir. Virgin'in gelecekteki bir Delta uçuşunda bir koltuk için liste fiyatı 600.000 \$ olup, geri ödemesiz 50.000 \$ üyelik ücreti dahil olmak üzere 150.000 \$ ilk ödeme ve uçuştan bir yıl önce ödenecek 450.000 \$ bakiye. Şirkete göre, Virgin'in Galactic topluluğuna 700 “geleceğin astronotu” kaydolmuş durumda (Financial Times, 2024).

Virgin ve rakibi Blue Origin tarafından sunulan yörünge altı deneyimi, şu anda uzay turizminde en aktif sektör konumunda. Amazon'dan Jeff Bezos tarafından 2000 yılında kurulan Blue Origin, New Shepard roketiyle sekiz kez insanları uzaya uçurdu. Blue Origin'in astronot ofisi başkanı Sarah Knights'a göre şirket şimdi uçuş sıklığını artırmak için yardımcı bir uzay aracı inşa ediyor ve sınırsız hedefleri var. Knights'a göre uzay turizmi hayal kırıklığı yaratacak kadar yavaş başladı ama şimdi otomasyon ve yeni teknolojinin bir araya gelerek insanlığı yeni bir çağa taşıyacağı zamanın geldiği vurgulanmıştır (Financial Times, 2024).

2.3.6 Hüzün Turizmi

Keder, kaygı, ölüm gibi olaylar bireyleri etkilemekte ve bahsedilen olayların yaşandığı yerlerde turizm canlılığına şahit olunmaktadır. Bu turizm canlılığı hüzün turizmi olarak nitelendirilmektedir ve destinasyonların çekiciliğini daha da arttırmaktadır (Kurnaz vd., 2013).

Ölüm, felaket veya görünüşte ürkütücü olan yerlere seyahat etme eylemi - veya yaygın olarak karanlık turizm olarak adlandırılan şey - çağdaş ziyaretçi ekonomisinde giderek yaygınlaşan bir özelliktir (Biran & Hyde, 2013). Gerçekten de ölümün popüler turistik tüketim için metalaştırılması, ister anıtlar ve müzeler, ziyaretçi cazibe merkezleri, özel etkinlikler ve sergiler, ister özel turlar şeklinde olsun, ana akım turizm sağlayıcıları için bir odak noktası haline gelmiştir (Fonseca vd., 2015). Hüzün turizmi, turistlerin kamu bilincini tedirgin eden ölüm ya da felaket mekânlarıyla karşılaşmalarıyla ilgilidir; bu mekânlarda gerçek ya da yeniden yaratılan ölüm, dehşet, vahşet ya da ahlaksızlık mekânları ziyaretçi deneyimleri aracılığıyla tüketilir (Farmaki, 2013; Iliev, 2021; Rajasekaram vd., 2022).

Turistlerin ölüm, trajedi ve acı dolu yerlere seyahat etmesi olarak tanımlanan hüzün turizmi, son yirmi yılda giderek artan sayıda araştırma ve çalışmaya konu olmuştur (Lv vd., 2022). Önceki araştırmalar, savaş/çatışma (örneğin tarihi savaş alanları, savaş mezarlıkları; (Yoshida vd., 2016), doğal afetlerin yaşandığı yerler (Cohen, 2011), savaş dışı bağlamda bireysel/toplu cinayetlerin işlendiği yerler (Yankovska & Hannam, 2014) ve soykırım yaşanan yerler (Oren & Shani, 2012; Young, 2022) veya Holokost ile ilişkili olanlar (Cohen, 2011) literatürde genişçe ele alınmıştır.

Sosyolojik olarak bakıldığında, hüzün turizmi kolektif hafıza ve kimliğin şekillenmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Bu mekanlar genellikle toplumların tarihsel anlatılarıyla yüzleşmelerine ve zulmün hem kurbanlarını hem de faillerini tanımalarına olanak tanıyan anma alanları olarak hizmet eder (Ashworth & Isaac, 2015; Stone, 2011). Örneğin Auschwitz-Birkenau gibi Holokost anıtları ziyaretçileri soykırımın dehşeti hakkında eğitmekle kalmaz, aynı zamanda insan hakları, nefretin sonuçları ve otoriterliğin tehlikeleri hakkında süregelen bir diyalogu da teşvik

etmektedir (Magano vd., 2023). Bu şekilde, hüzün turizmi alanları yaşayan anıtlar olarak hareket ederek geçmişten alınan derslerin unutulmamasını sağlar (Hartmann vd., 2018). Ancak hüzün turizmin ticari niteliği, trajedinin metalaştırılmasıyla ilgili etik soruları gündeme getirmektedir. Eleştirmenler, bazı hüzün turizm sitelerinin acıları sansasyonel hale getirme veya acıyı kâr amacıyla sömürme riski taşıdığını savunmaktadır (Stone & Grebenar, 2022). Saygılı anma ile ticarileştirilmiş gösteri arasındaki çizgi ince olabilir ve bazı yerler, temsil ettikleri olayların ciddiyetini azaltabilecek turistik cazibe merkezlerine dönüşebilir (Potts, 2012; Virgili vd., 2018).

2.4 Çevrimiçi İçerik

Çevrimiçi içerikler, günümüzde tüketicilerin konaklama satın alma kararlarını etkileyen önemli bir bilgi kaynağı haline gelmiştir (Sparks vd., 2013). Seyahat edenlerin yüzde 53'ünün otel hakkındaki çevrimiçi değerlendirmeleri kontrol etmeden otel rezervasyonu yapmadığı ve yüzde 77'sinin otel seçmeden önce genellikle veya her zaman çevrimiçi değerlendirmeleri okuduğu bildirilmiştir (Xie vd., 2014). İşletmelerin çevrimiçi değerlendirmeleri dikkate almaları gerekmektedir. Bunun nedeni, çevrimiçi yorumlar pazarlama iletişimi karmasına yeni bir katkı olarak değerlendirilmektedir (Chen & Xie, 2008). Dolayısıyla, çevrimiçi değerlendirmelerin son zamanlarda kapsamlı araştırmalara konu olması şaşırtıcı değildir.

Çevrimiçi değerlendirmelerle ilgili misafirperverlik literatürü, halihazırda bilinenleri değerlendirmenin, araştırma yoğunluğu olan alanları belirlemenin, bunları bir “büyük resim” halinde bir araya getirmenin ve bu anlayışı bilgimizdeki boşlukları belirlemek için kullanmanın faydalı olacağı bir noktadadır. Akademik araştırmacılar için sistematik ve kapsamlı bir incelemenin, gelecekteki çalışmaların eklenebileceği verimli alanların belirlenmesinde yardımcı olacağı umulmaktadır. Ağırlama

sektöründeki uygulayıcılar ise muhtemelen çevrimiçi değerlendirmelerin ve ilgili yapıların farklı yönleri hakkında daha derinlemesine bir anlayışa ulaşabilir ve işletmelerin analizimizi kendi avantajlarına nasıl kullanabileceklerine dair ek ve daha derin içgörüler sağlayabilir.

Sosyal medyanın önceki kitle iletişim platformlarından en önemli farkı, sosyal medya web sitelerinin “çift yönlü doğası” olup, kuruluşların tüketicilere kitlesel ölçekte ulaşması için düşük maliyetli bir yöntem sunmasının yanı sıra bireysel tüketicilerin deneyimlerini, düşüncelerini ve görüşlerini küresel internet topluluğuyla paylaşmaları için uygun bir platform sağlamasıdır (Kwok vd., 2017). Konaklama ürünlerine yönelik çevrimiçi değerlendirmeler çoğunlukla TripAdvisor (örneğin otel değerlendirmeleri), Yelp (örneğin restoran değerlendirmeleri), Facebook (örneğin otel ve restoranlar için hayran değerlendirmeleri) ve Expedia ve Priceline gibi çevrimiçi seyahat acentesi (OTA) web siteleri (örneğin otel değerlendirmeleri) gibi platformlarda mevcuttur. Bu platformlardaki tüm değerlendirmeler çevrimiçi olarak mevcuttur ve kamu tarafından erişilebilir (Brochado vd., 2019).

Kuruluşlar, istenen özellikleri ve gezginlerin ihtiyaçlarını anlamak için önemli miktarda para ve zaman harcamaktadır. Park vd. (2019), olumlu ve olumsuz değerlendirmelerin turistlerin bakış açısını değiştirmede güçlü bir etkiye sahip olduğunu göstermiştir. Yapılan bir araştırma, geleceğin gezginlerinin %80'inden fazlasının karar vermeden önce en iyi konaklama yerini seçmek için en az 6-12 yorum okuduğunu ve çoğunlukla yeni yorumlara odaklandığını göstermiştir. Web kullanıcıları kötü değerlendirmelere iyi olanlardan daha fazla inanmaktadır (Khorsand vd., 2020). Birçok araştırmacı, turizm endüstrisi yöneticilerinin müşterilerine daha iyi hizmet sunmalarına yardımcı olmaya çalışmıştır. Turizmle ilgili çalışmalarda

kullanılan veriler üç farklı türden elde edilmektedir. İlk grup veri, metin ve fotoğraf gibi kullanıcılar tarafından oluşturulmuştur. Bu veri grubu yayınların yaklaşık %47'sini kapsamaktadır (Khorsand vd., 2020).

Geleneksel anketlerle karşılaştırıldığında, çevrimiçi yorumlar bir araştırma modu olarak, veri mevcudiyeti, veri toplamanın hızı ve basitliği ve insan deneklerle doğrudan etkileşimlerle ilişkili komplikasyonlardan yoksun, müdahaleci olmayan bir kaynak olarak kullanılması gibi bir dizi avantajı vardır. Bununla birlikte, mevcut çevrimiçi yorum verilerinin dağılımı ve büyüklüğü, bu materyalin büyük bir kısmının ölçülebilir, zaman açısından verimli ve etik bir şekilde toplanması, düzenlenmesi ve analiz edilmesinde metodolojik zorluklar ortaya çıkarmaktadır. Ayrıca, kullanıcılar tarafından paylaşılan yorum yaratıcılarının demografik ve psikografik bilgilerinin toplanması hem veri kullanılabilirliği hem de etik açıdan sorunlu olduğundan, kullanıcı tarafından oluşturulan içeriklerin kimleri temsil ettiği ve sonuçların genellenebilirliğinin sınırlarının ne olduğu sorusu hala sorgulanmaktadır (Lu & Stepchenkova, 2015).

Çevrimiçi yorumlar, turizm endüstrisinde önemli bilgi kaynaklarıdır çünkü gezginler ürünleri yalnızca resmi açıklamalar aracılığıyla inceleyemez, hissedemez veya dokunamazlar ve belirsizliklerini azaltmak için akran görüşlerine güvenme eğilimindedirler (Xu vd., 2020). Çevrimiçi değerlendirmelerin bu önemi, turizm sektöründeki firmaları olumlu bir ağızdan ağıza iletişim sağlamaya ve bunu sürdürmeye teşvik etmektedir. Ancak, gezginler olumsuz duygularını her an ifade edebilirler. Bu nedenle, olumlu değerlendirmeleri sürdürmek, bazı firmaları şüpheli stratejiler benimsemeye iten zorlu bir görev haline gelmiştir (Liu & Park, 2015).

Bunun yanında literatürde sahte yorumlarında yer aldığı sıklıkla tartışılmıştır. Sahte yorumlar, seyahat deneyimleri hakkında gerçeğe aykırı yorumlar üretilmesi anlamına gelmektedir (Hu vd., 2012). Bu olgunun ortaya çıkmasında, seyahat inceleme web sitelerindeki doğrulama mekanizmalarının eksikliği etkili olmuştur. Örneğin, rezervasyon kaydı olan ya da olmayan herkes TripAdvisor'da yorum yayımlayabilir. Buna karşın, Expedia gibi çevrimiçi seyahat acenteleri, yalnızca rezervasyon geçmişli olan doğrulanmış gezginlerin yorum göndermesine izin verir. Rezervasyon işlemi sırasında Expedia, kredi/banka kartı numaraları ve gerçek isimler de dahil olmak üzere gezginlerin kişisel bilgilerini toplayabilir (Xu vd., 2020).

2.5 Turizm ve Ağırhama Endüstrisinde Medikal Turizm Çalışmaları

Medikal turizm, yurtdışında tıbbi tedavi arayan hastaların artan hareketliliğine bağılı olarak küresel sağıık ve turizm endüstrileri içinde hızla büyüyen bir sektör olarak ortaya çıkmıştır (Chuang vd., 2014). Bu olgu, bireylerin elektif ameliyatlara, dış prosedürleri ve kozmetik tedavilerden organ nakli, kanser tedavileri ve doğurganlık tedavileri gibi daha karmaşık müdahalelere kadar uzanabilen sağıık hizmetlerine erişmek için yabancı ülkelere seyahat etmelerini içermektedir (Sandberg, 2017). Gelişmiş ülkelerdeki yüksek sağıık hizmetleri maliyeti, belirli prosedürler için uzun bekleme süreleri ve Hindistan, Tayland, Türkiye ve Meksika gibi ülkelerde uygun fiyatlı ve yüksek kaliteli sağıık hizmetlerinin bulunması gibi çeşitli faktörler medikal turizmin yükselişine katkıda bulunmuştur (Adams vd., 2018; Ebrahim & Ganguli, 2019; Sag & Zengul, 2019). Buna ek olarak, bu bölgelerde genellikle ileri teknoloji ve uluslararası akreditasyona sahip tesislerle donatılmış özel sağıık hizmeti sağlayıcılarının yükselişi, medikal turizm destinasyonlarının güvenilirliğini artırmıştır. Aşağıda verilen tablo 1'de güncel medikal turizm araştırmaları verilmiştir.

Tablo 1: Turizm ve Ağırhama Sektöründeki Güncel Medikal Turizm Araştırmaları

Kaynak	Ülke	Örneklem	Bulgular
Chaulagain vd. (2021)	Küba	ABD Vatandaşları	Sonuçlar, ülke imajı ve sağlık turizmi hizmetlerinin algılanan kalitesinin Amerikalıların Küba'ya tıbbi amaçlarla seyahat etme niyetleri üzerinde en büyük olumlu etkiye sahip olduğunu göstermiştir.
Collins vd. (2019)	Amerika Birleşik Devletleri	Medikal Turistler	Bulgular, Amerikalı medikal turistlerin medikal turizm destinasyonu seçimlerini etkileyebilecek dört ana faktör olduğunu göstermiştir. Bu faktörler; denizsızı ülke faktörleri, turizm destinasyonunun çekiciliği, medikal turizm maliyetleri ve tesis ve hizmetlerdir.
Collins vd. (2022)	Türkiye	Medikal Turizm paydaşları	Bulgular, Türkiye'de medikal turizm hizmet sağlayıcılarının kamu ve özel sektör olmak üzere iki sektörlü bir modele sahip olduğunu göstermektedir.
Ganguli ve Ebrahim (2017)	Singapur	Vaka Çalışması	Medikal turizmin geliştirilmesine yönelik çeşitli stratejilerin sağlam hükümet politikaları ve proaktif yönetim uygulamalarıyla entegre edilmesinin Singapur'un turizm, sağlık ve diğer ekonomik sektörlerinin ortak başarısına yönelik önemli olumlu sonuçlar doğurduğu gösterilmiştir.
Ghosh ve Mandal (2019)	Uluslararası	Medikal Turistler	Bu makale “medikal turizm deneyimi” olarak adlandırılan bir yapıyı kavramsallaştırmakta ve bunu ölçen bir ölçek geliştirmektedir. Titiz bir ölçek geliştirme prosedürü kullanılmış ve dört çalışma yürütülmüştür. Bu yapının yedi boyutu incelenmiştir: tedavi kalitesi, tıbbi

			<p>hizmet kalitesi, sağlık turizmi masrafları, sağlık turizmi altyapısı, destinasyon çekiciliği, destinasyon kültürü ve erişim kolaylığı. Sonuçlar, pazarlamacılar ve politika yapıcılar için medikal destinasyonların çekiciliğini artırmak ve sürdürülebilir rekabet avantajları elde etmek için önemli fırsatlar ortaya koymaktadır.</p>
Junio vd. (2017)	Güney Kore	Medikal Turizm paydaşları	<p>Önem-performans analizinden elde edilen sonuçlar, medikal turizm destinasyon rekabetçiliğinin öncelikle medikal tedaviler ve hizmetler, destinasyon nitelikleri ve turizme özgü faktörlerden etkilendiğini ortaya koymuştur.</p>
Lovelock ve Lovelock (2018)	Yeni Zelanda	Medikal Turistler	<p>Dört etki tanımlanmıştır: tıbbi prosedür; kişisel faktörler (örneğin seyahat deneyimi, dayanıklılık, refakatçi); destinasyon faktörleri ve mali konular. Bunlardan en önemlisi tıbbi prosedürün niteliği, invazivlik düzeyi ve tedavi sonrası iyileşme gereklilikleri ile hasta-seyahatçinin herhangi bir komplikasyon yaşayıp yaşamadığıdır.</p>
Majeed vd. (2024)	Çin	Medikal Turistler	<p>Bulgular, turistlerin sağlık durumlarının, algılanan tıbbi tedavi riskinin önemli aracılık etkisi altında medikal turizm kombinasyon seçimlerini etkilediğini göstermektedir.</p>
Medhekar vd. (2020)	Hindistan	Sağlık Turizm Sağlayıcıları	<p>Bulgular, medikal turizm sağlık hizmeti sağlayıcılarının, hastalara sürdürülebilir kalite ve medikal seyahatte değer sağlamak için temel faktörler olarak</p>

			ameliyat için daha az bekleme süresi, sağlık hizmeti kalitesi ve akreditasyonu, personel/cerrah uzmanlığı, sağlık hizmeti bilgileri, hastane tesisleri ve hizmetleri, hasta güvenliği, seyahat riski, ameliyat maliyetleri ve tatil fırsatını büyükten küçüğe sıraladığı sonucuna varmıştır.
Momeni vd. (2018)	Iran	Medikal Turizm Profesyonelleri	Sonuçlar, pazarlama, uluslararası sorunlar, kültür, transfer, aracılık, yönetim ve politika sorunlarının medikal turizmin gelişmesinin önündeki başlıca engeller olduğunu göstermektedir.
Olya ve Nia (2021)	Kıbrıs	Medikal Turistler	Tıbbi komplikasyonlar ve menşe ülkedeki yasal koşullar tıbbi seyahat edenlerin davranışlarını etkilemektedir.
Rahman (2019)	Malezya	Medikal Turistler	Çalışmanın bulguları, hastane erişilebilirliği ve kişilerarası davranışların medikal turistlerin niteliklerini etkileyen en kritik yapılar olduğuna dair kanıtlar sunmaktadır. Ayrıca, tıbbi maliyetler ve sağlık hizmetlerinin teknikliği, medikal turistlerin algıladıkları hizmetlerle anlamlı bir ilişki içindedir. Çalışma ayrıca, medikal turistlerin memnuniyetinin, hastanelerde aldıkları ve deneyimledikleri tıbbi bakımın kalitesine yönelik algıladıkları hizmetlere büyük ölçüde bağlı olduğunu göstermiştir.
Raooft vd. (2021)	Uluslararası	Medikal Turistler	On dört çalışma analiz edilmiş ve ana engeller altyapı faktörleri (4 r), hükümetle ilgili veya sektörler arası faktörler (5 alt tema) ve sağlık sektörüyle ilgili veya sektör içi faktörler (3 alt tema) olmak

			üzere üç ana tema ve 12 alt tema olarak kategorize edilmiştir.
Ratnasari vd. (2022)	Malezya/Endonezya	Sağlık Çalışanları/Hastalar	Sonuçlar, sağlık hizmetlerini kullanan hastaların Endonezya ve Malezya'daki medikal turizme dayalı medikal turizm hizmetlerine ilişkin algılarının: güven, iletişim etkileşimleri, mükemmel hizmet, uygun tıbbi maliyetler, modern tıbbi teknoloji, bütünsel hizmet, artan hasta beklentileri, kısa mesafeler ve İlginç bir Turizm nesnesi olduğunu göstermiştir.
Rodrigues vd. (2017)	Uluslararası	Medikal Turistler	Kozmetik cerrahi ve diş hekimliği geçiren kişilerin tıbbi deneyimlerini temsil etmek için aynı anlatıları kullandıklarını, ancak cinsiyetin bireylerin tedavilerin farklı niteliklerini nasıl değerlendirdiklerinde etkili bir faktör olduğunu göstermiştir.
Roy vd. (2018)	Hindistan	Medikal Turistler	Farklı kriterler arasında “sağlık kurumlarının altyapı kalitesi” analizimizde en önemli kriter olarak görülürken, bunu “kalifiye insan kaynağı temini ve yeni iş yaratma” takip etmekte ve “Chennai” Hindistan'daki en iyi medikal turizm bölgesi olarak tespit edilmiştir.
Seow vd. (2021)	Malezya	Medikal Turistler	Planlı davranış teorisi sonuçları, davranışsal niyetlerin geliştirilmesinde tutum, öznel normlar ve algılanan davranışsal kontrolün önemli rollerini vurgulamış ve böylece doğrudan çekme pazarlama stratejilerinin geliştirilmesiyle ilişkilendirilmiştir

Taheri vd. (2021)	İran	Sağlık Çalışanları/Hastalar hizmet sunumunun ağızdan ağıza öneriyi tetiklediği bulunmuştur.
Zarei vd. (2018)	İran	Sağlık Profesyonelleri Sonuçlar, bireylerin sağlık turizmi destinasyonlarına ilişkin kararlarını etkileyen faktörlerin yedi başlık altında toplandığını göstermektedir

Medikal Turizmin hızla yaygınlaşması, küreselleşme sürecine ve gelişmekte olan ülkelerde dünya standartlarında sağlık tesislerinin kurulmasına bağlanabilir. 2020-2021 Medikal Turizm Endeksi sıralamasına göre, medikal turizm için önde gelen destinasyonlar Kanada, Singapur, Japonya, İspanya, İngiltere, Dubai, Kosta Rika, İsrail, Abu Dabi ve Hindistan'dır (Dhakate vd., 2023). Gelir açısından bakıldığında, uluslararası medikal turizm 2016 yılında 61.172 milyon ABD doları, 2019 yılında ise 105 milyar ABD doları gelir elde etmiştir (Sumant & Shaikh, 2017). Bu alanda uzmanlaşmış analistler, 2023 yılına kadar tahminen 27 milyon kişinin tıbbi amaçlarla seyahat ederek pazar gelirini 120 milyar ABD dolarına çıkarmasıyla önemli bir artış öngörmektedir. 2025 yılı için yapılan tahminler de potansiyel gelir artışının 182 milyar ABD dolarına ulaşacağını göstermektedir (Medical Tourism Market Could Boom to \$180 Billion by 2025, 2022).

Yukarıdaki çalışmalar çoğunlukla nicel, nitel veya karma yöntem kullanarak çalışmaları icra etmiştir. Ancak, çalışmaların hiçbiri çevrimiçi yorumları kullanarak medikal turistlerin deneyimlerini araştırmamıştır. Bu boşluktan yola çıkarak, ilgili çalışmanın temel amacı, Trustpilot'tan toplanan çevrimiçi değerlendirmelerin kapsamlı bir analizi yoluyla tıbbi seyahat edenlerin memnuniyetini değerlendirmektir. Spesifik olarak, tıbbi gezginler arasında hem memnuniyete hem de memnuniyetsizliğe

katkıda bulunan faktörleri belirlemeye odaklanacağız. Araştırma, hasta geri bildirimlerini sistematik olarak inceleyerek, medikal turizm sektöründeki deneyimlerini etkileyen kritik unsurları ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır. Bu araştırma, sağlık hizmeti sağlayıcılarının hasta memnuniyetini artıran veya azaltan unsurları anlamalarına yardımcı olacak ve sonuçta medikal turizmde daha iyi hizmet sunumuna yol açacaktır.

Bölüm 3

ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

3.1 Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışmanın verileri, kullanıcıların deneyimlerini paylaşımlarına ve çeşitli hizmet ve işletmeleri derecelendirmelerine olanak tanıyan, yaygın olarak tanınan bir tüketici değerlendirme sitesi olan Trustpilot'tan elde edilmiş ve toplamda 10,954 çevrimiçi içerik toplanmıştır. Müşteri geri bildirimleri için lider bir platform olarak kurulan Trustpilot, birçok sektörde milyonlarca incelemeye ev sahipliği yaparak tüketici algılarını anlamak için güvenilir ve kapsamlı bir kaynak oluşturmaktadır (Sthapit & Björk, 2019). Web sitesinin açık yapısı, kullanıcıların hem metinsel geri bildirimler hem de sayısal derecelendirmeler dahil olmak üzere ayrıntılı incelemeler yayınlamasına olanak tanır; bunlar herkesin erişimine açıktır ve müşteri memnuniyetine ilişkin değerli bilgiler sağlamaktadır (Sthapit vd., 2024). Medikal turizm bağlamında Trustpilot, medikal seyahat edenlere deneyimlerini paylaşabilecekleri bir platform sunması ve farklı ülkelerdeki sağlık hizmeti sağlayıcıları, tesisleri ve hizmetleri hakkında gerçek zamanlı geri bildirim sağlaması açısından özellikle önemlidir. Trustpilot'u kullanarak, medikal turizm sektörünün çeşitlilik arz eden doğasını yansıtan geniş bir deneyim ve görüş yelpazesi yakalanmıştır. Platformun geniş erişimi ve güvenilirliği, onu müşteri memnuniyetini analiz etmek ve medikal turizmde gezginlerin kararlarını etkileyen temel faktörleri belirlemek için ideal bir kaynak haline getirmektedir (Hallikainen vd., 2024).

3.2 Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Bu çalışma için, medikal turizm hizmetleriyle ilgili Trustpilot'taki çevrimiçi incelemelere odaklanan amaçlı bir örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Örneklem, medikal turizm sektöründeki müşteri deneyimlerine kapsamlı ve güncel bir genel bakış yakalamak için 2019'dan 2024'e kadar uzanan son beş yıla ait değerlendirmeleri içermektedir. Hindistan, Singapur, Türkiye, Tayland, Kosta Rika, Japonya, Malezya, Güney Kore, İspanya ve Kanada gibi ülkeleri ziyaret eden medikal turistlerden toplamda 10.954 çevrimiçi değerlendirme analizine dayanan bu çalışma, çeşitli medikal turizm destinasyonlarındaki hastaların deneyimlerine ilişkin zengin bilgiler sunmaktadır. Bu ülkeler dünyanın en çok medikal turist çeken ülkeleri olması nedeniyle bu ülkelerden veriler elde edilmiştir (Corporate Wellness Magazine, 2024). Bu bilgilere ek olarak, veri seçiminin araştırma hedefleriyle ilgili belirli kriterlere dayandığı, olasılıklı olmayan bir örnekleme tekniği olan amaçlı örnekleme kullanılmıştır. Bu yöntem, araştırmacıların en ilgili içgörülerini sağlayan belirli bir gruba veya olguya odaklanmasına olanak tanır (Campbell vd., 2020). Bu çalışmada, Trustpilot'tan özellikle medikal turizm hizmetleriyle ilgili çevrimiçi değerlendirmeler hedeflenmiş ve toplanan verilerin doğrudan medikal seyahatle ilgili bireylerin deneyimleri yansıtılmıştır. Bu yaklaşım, temel memnuniyet boyutlarını anlamaya odaklandığımız göz önüne alındığında, analizimiz için ayrıntılı ve ilgili bilgiler sunan incelemelere odaklanmamızı sağladığı için özellikle yararlı olmuştur. Bu yaklaşım, medikal turistler arasındaki memnuniyet ve memnuniyetsizliğin farklı boyutlarını araştırmamıza ve çeşitli hizmet sağlayıcıları ve coğrafi bölgelerdeki geri bildirimlerindeki kalıpları keşfetmemize olanak sağlamıştır. Amaçlı örnekleme tekniği, anlamlı bir analiz için yeterli örneklem büyüklüğünü korurken ilgili verilere odaklanmamızı sağlamıştır.

3.3 Veri Analizi

Bu çalışmada, 2019'dan 2024'e kadar medikal turizm hizmetleriyle ilgili kullanıcı geri bildirimlerine odaklanarak Trustpilot'taki çevrimiçi incelemeler analiz edilmiştir. Bir web tarama tekniği kullanarak, metinsel yorumları içeren incelemeler toplanmış ve medikal turizm deneyimlerine ilişkin farklı bakış açıları elde edilmiştir. Trustpilot'tan binlerce çevrimiçi yorum toplamak için, web sitelerinden büyük miktarda veri çıkarmak için yaygın olarak kabul edilen ve verimli bir yöntem olan web tarama tekniğini kullanılmıştır. Bu amaçla en yaygın kullanılan web tarayıcılarından biri, özellikle web kazıma ve tarama için tasarlanmış açık kaynaklı, Python tabanlı bir çerçeve olan Scrapy'dir. Scrapy, hızı, ölçeklenebilirliği ve esnekliği ile web'den büyük veri kümeleri toplamak için idealdir. Web sitesi yapılarında gezinme, ilgili verileri çıkarma ve büyük miktarda bilgiyi verimli bir şekilde işleme gibi karmaşık görevleri yerine getirme yeteneği, onu çalışmamız için mükemmel bir araç haline getirdi. Scrapy'yi kullanarak veri toplama sürecini otomatikleştirilmiştir ve beş yıllık bir süre boyunca medikal turizmle ilgili 10.954 çevrimiçi değerlendirme toplanmıştır (Han & Anderson, 2021). Bu tarama yöntemi, çeşitli kaynaklardan kapsamlı ve doğru veriler elde etmemizi sağlayarak medikal turizm sektöründe müşteri memnuniyetine ilişkin analiz için sağlam bir temel oluşturmuştur.

Sonrasında elde edilen veriler Leximancer program kullanılarak analiz edilmiştir. Leximancer, gelişmiş metin madenciliği ve görselleştirme teknikleri aracılığıyla nitel araştırmaları kolaylaştırmak için tasarlanmış güçlü bir metin analitiği yazılım programıdır (Smith & Humphreys, 2006). Queensland Üniversitesi tarafından geliştirilen Leximancer, nitel verileri nicel içgörülere dönüştürerek araştırmacılara büyük metin kütlelerini analiz etmek için benzersiz bir yaklaşım sunmaktadır (Penn-

Edwards vd., 2010). Bu araç, metinsel verilerdeki temaları, kavramları ve ilişkileri anlamının çok önemli olduğu sosyal bilimler, psikoloji, pazarlama ve konaklama gibi alanlardaki akademisyenler için özellikle değerlidir (Engstrom vd., 2022; Tkaczynski vd., 2015).

Leximancer'ın öne çıkan özelliklerinden biri, metinden anahtar temaları otomatik olarak belirleme ve çıkarma yeteneğidir (Harwood vd., 2015). Genellikle manuel kodlamaya dayanan geleneksel nitel analiz yöntemlerinin aksine Leximancer, bir metin külliyatı içindeki kelimelerin sıklığını ve birlikte oluşumunu analiz etmek için sofistike algoritmalar kullanır. Bu süreç, yazılımın girdi metnini ayrıştırmasıyla başlar ve ortak ifadeleri ve terimleri tanımasını sağlar. Leximancer daha sonra “kavram haritalama” olarak bilinen bir yöntemle bu kelimeleri bağlamsal ilişkilerine göre temalar halinde düzenler (Brochado vd., 2019). Sonuç, araştırmacıların verilerinin altında yatan yapıyı hızlı bir şekilde kavramalarını sağlayan en önemli temaları ve bunların birbirleriyle olan bağlantılarını vurgulayan görsel bir temsildir (kavram haritası). Bu görselleştirme yalnızca öne çıkan konuların belirlenmesine yardımcı olmakla kalmaz, aynı zamanda bu konuların nasıl etkileşime girdiğini de ortaya koyarak içeriğe kapsamlı bir genel bakış sunar (Sotiriadou vd., 2014).

Yazılım, görüşmeler, açık uçlu anket yanıtları, odak grup tartışmaları ve çevrimiçi incelemeler dahil olmak üzere çeşitli metin veri türlerini desteklemektedir (Goh & Wilk, 2024; Saydam vd., 2022; Sotiriadou vd., 2014). Bu çok yönlülük, Leximancer'ı çeşitli metin kaynaklarını analiz etmek için sağlam bir çözüme ihtiyaç duyan nitel araştırmacılar için ideal bir araç haline getirmektedir (Chiu vd., 2017; Tseng vd., 2015). Araştırmacılar, CSV dosyaları veya doğrudan metin belgeleri gibi birden fazla formattan veri aktararak veri hazırlama sürecini basitleştirebilir. Ek olarak,

Leximancer parametrelerin özelleştirilmesine olanak tanıyarak kullanıcıların analizi kendi özel araştırma ihtiyaçlarına göre uyarlamalarını sağlar. Örneğin, kullanıcılar daha alakalı temalara odaklanmak ve daha az önemli terimleri filtreleyerek daha rafine bir analiz sağlamak için kelime sıklığı için eşikler belirleyebilir (Cunningham-Nelson vd., 2018).

Leximancer ayrıca nitel araştırma bulgularının güvenilirliğini ve geçerliliğini de artırır. Metin analizi için sistematik ve tekrarlanabilir bir yöntem sağlayarak, öznel yorumlardan kaynaklanabilecek önyargı potansiyelini en aza indirir (Araslı vd., 2021; Lemon & Hayes, 2020). Yazılımın otomatik yapısı, aynı kurallar dizisinin veri kümesi genelinde aynı şekilde uygulanmasını sağlayarak analizin güvenilirliğini artırır. Araştırmacılar temaları, tanımlarını ve aralarındaki ilişkileri özetleyen ayrıntılı raporlar oluşturarak şeffaf ve titiz bir araştırma sürecine katkıda bulunabilirler (Saydam & Altun, 2023).

Yazılımın görselleştirme bileşeni, sonuçların yorumlanmasında çok önemli bir rol oynayan bir renk şeması kullanır (Tseng vd., 2015). Her tema farklı bir renkle temsil edilerek araştırmacıların kavram haritasındaki çeşitli kavramlar arasında hızlı bir şekilde ayırım yapmasına olanak tanır (Wilk vd., 2019). Örneğin, birbiriyle yakından ilişkili temalar benzer tonlarda gösterilerek bağlantıları vurgulanabilir ve kullanıcıların bunların hangi bağlamda ortaya çıktığını anlamalarına yardımcı olabilir. Renk seçimi keyfi değildir; görsel netliği ve anlamayı artırmak için tasarlanmıştır. Daha koyu tonlar genellikle daha güçlü temaları veya kavramları gösterirken, daha açık tonlar daha az önemli fikirleri temsil edebilir. Bu renk kodlama sistemi, araştırmacıların temel ilgi alanlarını hızlı bir şekilde belirlemelerini ve analizlerini en ilgili temalara odaklamalarını sağlar (Chiu vd., 2017; Thomas, 2018).

Ayrıca, Leximancer'ın kavram haritaları, farklı kavramları birbirine bağlayan çizgiler aracılığıyla tema ilişkilerinin görselleştirilmesine olanak tanır. Bu çizgilerin kalınlığı da temalar arasındaki ilişkilerin gücünü yansıtarak görsel anlatımı daha da zenginleştirebilir (Tseng vd., 2015). Renk ayrımları ile birleştirildiğinde, araştırmacılar belirli temaların genel veri kümesi içinde ne kadar merkezi olduğuna dair içgörüler elde edebilirler. Örneğin, kalın bağlantı çizgileriyle kalın bir renkle temsil edilen öne çıkan bir tema, metin külliyyatındaki merkezi bir konuyu gösterebilirken, daha çevresel temalar daha ince çizgilerle sessiz tonlarda görünebilir (Engstrom vd., 2022; Tkaczynski vd., 2015).

Özetle, Leximancer, tema belirleme ve görselleştirme sürecini otomatikleştirerek nitel araştırmalarda devrim yaratan sofistike bir metin analizi yazılım programıdır (Brochado vd., 2019). Gelişmiş algoritmaları ve kullanıcı dostu arayüzü, araştırmacıların büyük veri kümelerini etkili bir şekilde analiz etmelerini sağlarken, bulgularının güvenilirliğini ve geçerliliğini artırır. Görselleştirmelerinde renk kullanımı, analitik deneyimi daha da zenginleştirerek temaların ve aralarındaki ilişkilerin net bir şekilde anlaşılmasını sağlar (Rodrigues vd., 2017). Çeşitli alanlardaki farklı uygulamalarıyla Leximancer, metinsel verilerden değerli içgörüler elde etmeyi amaçlayan akademisyenler için temel bir araç olarak öne çıkmakta ve nitel araştırma alanına önemli bir katkı sağlamaktadır (Chiu vd., 2017; Tseng vd., 2015).

Bölüm 4

BULGULAR

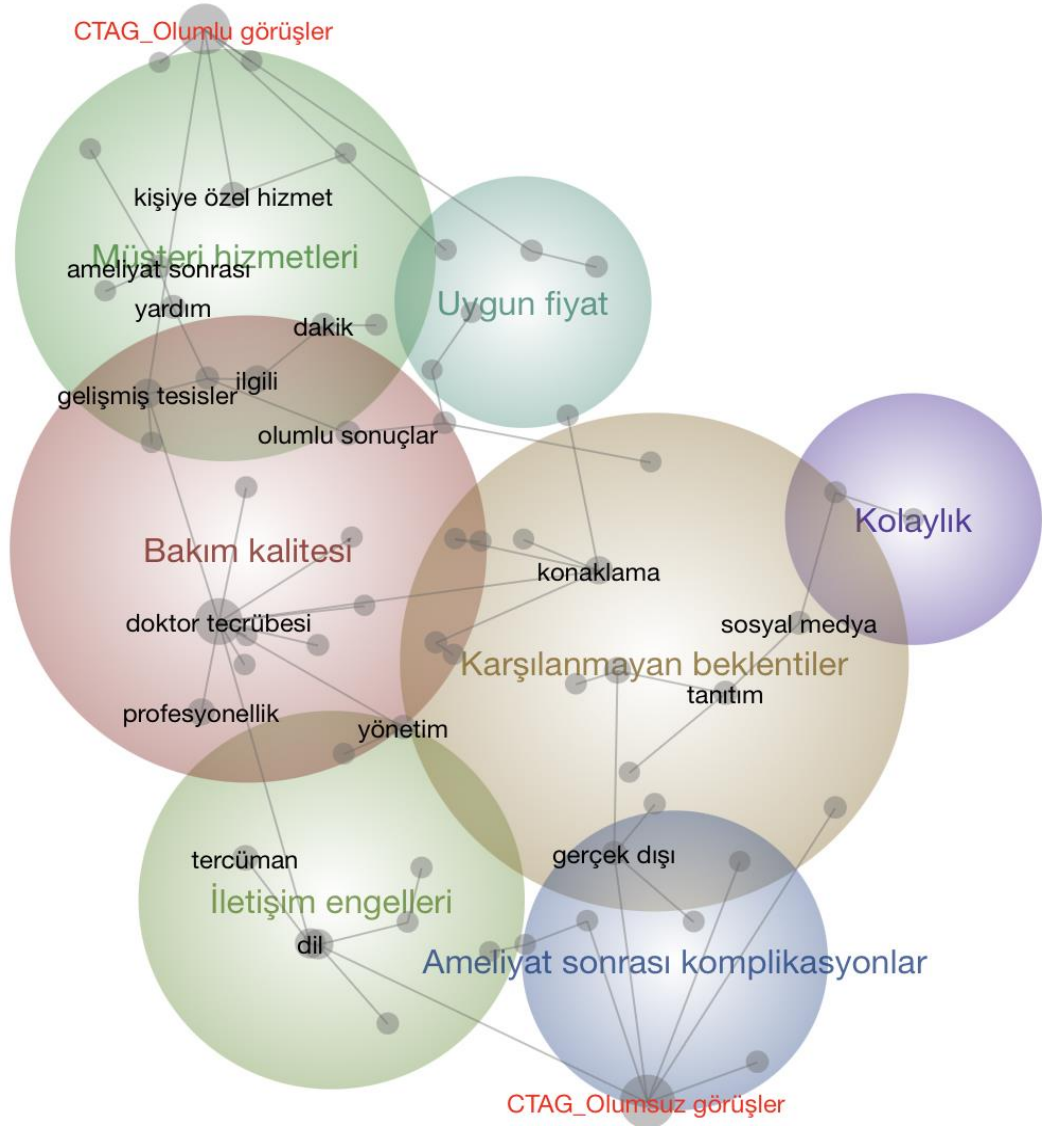
Bu bölümde, medikal turistlerin deneyimleri üzerine yapılan araştırmadan elde edilen bulgular, çevrimiçi değerlendirmelerden elde edilen içgörülere odaklanılarak sunulacaktır. Bu bölüm, tıbbi bakım için yurt dışına seyahat eden bireylerin paylaştığı ve farklı motivasyonlarını, zorluklarını ve sonuçlarını yansıtan karmaşık anlatıları aydınlatmaya yer verecektir. Analiz, sağlık hizmetlerinin kalitesi, sağlık personelinin profesyonelliği ve ev sahibi ülkedeki genel deneyim de dahil olmak üzere çok çeşitli temaları kapsamaktadır.

Ayrıca bu çalışmada, verilerin sistematik bir şekilde incelenmesi yoluyla, medikal turistlerin seyahatlerini nasıl algıladıklarına ve memnuniyetlerini ve karar verme süreçlerini önemli ölçüde etkileyen faktörlere ilişkin kapsamlı bir anlayış sağlamayı amaçlamaktadır. Her bir tema, çevrimiçi değerlendirmelerden temsili alıntılarla desteklenecek ve medikal turistleri tarafından ifade edilen duyguların daha derinlemesine araştırılmasına olanak sağlayacaktır. Bulgular sadece medikal turizmle ilgili akademik söyleme katkıda bulunmakla kalmayacak, aynı zamanda sağlık hizmeti sağlayıcıları ve sektördeki paydaşlar için pratik sonuçlar doğurarak onları medikal yolcuların beklentileri ve deneyimleri hakkında bilgilendirecektir.

4.1 Genel Bulgular

Leximancer yazılımı kullanılarak medikal turistlerden gelen çevrimiçi yorumların analizi, deneyimlerini tanımlayan birkaç kapsayıcı temayı ortaya çıkarmıştır. Bu

temalar, önem ve en çok bahsedilme sırasına göre şu şekildedir; Bakım Kalitesi, Uygun Fiyat, Müşteri Hizmetleri, Kolaylık, Ameliyat Sonrası Komplikasyonlar, İletişim Engelleri, Ve Karşılanmayan Beklentiler olarak ortaya çıkmıştır (Şekil 1).



Şekil 1: Konsept Haritası

İlgili temalar, yurtdışında tedavi olma kararından prosedürlerinin sonuçlarına ve genel memnuniyetlerine kadar medikal turizm sürecinin kritik yönlerini yansıtmaktadır. Her bir tema, medikal turistlerin odaklandığı temel faktörlere ışık tutmakta ve birlikte, yolculukları hakkında kapsamlı bir anlayış sunmaktadır. Medikal turistlerin

deneyimlerinin analizinde belirlenen ana temalar şu şekildedir; Bakım kalitesi, uygun fiyat, müşteri hizmetleri, kolaylık, ameliyat sonrası komplikasyonlar, iletişim engelleri ve karşılanmayan beklentiler.

Tablo 2: Medikal Turistlerin Deneyimlerindeki Ana Temalar Arasındaki İlişkilerin Frekans Sayım Matrisi

Ana temalar	Bakım Kalitesi	Müşteri Hizmetleri	Kolaylık	Ameliyat Sonrası Komplikasyonlar	İletişim Engelleri	Karşılanmayan Beklentiler
Uygun fiyat	5,213	2,224	3,091	1,033	531	711
Müşteri Hizmetleri	5.255	-	3,087	642	1,632	2,053
Kolaylık	3,013	4,532	-	430	421	446
Ameliyat Sonrası						
Komplikasyonlar	1,049	945	875	-	321	1,042
İletişim Engelleri	2,076	2,092	532	403	-	975
Karşılanmayan						
Beklentiler	2,356	2,342		204	506	-
Uygun fiyat	5,213	2,224	3,091	1,033	531	711

Frekans sayım matrisi, medikal turistlerin deneyimlerinden elde edilen ana temalar arasındaki ilişkiler hakkında fikir vermektedir (Tablo 2). Uygun fiyat ile Kolaylık sıklıkla birlikte ortaya çıkmıştır; bu da birçok turistin yurtdışındaki tıbbi hizmetlerin hem maliyet etkinliği hem de verimliliğinden etkilendiğini vurgulamaktadır. Bakım Kalitesi sıklıkla Müşteri Hizmetleri ile birlikte ortaya çıkmıştır; bu da turistlerin yüksek bakım standartlarını personelin kişiselleştirilmiş ve destekleyici ilgisiyle yakından bağlantılı olarak algıladıklarını göstermektedir. Ameliyat Sonrası Komplikasyonlar ve Karşılanmayan Beklentiler gibi olumsuz temalar sıklıkla İletişim Engelleri ile ilişkilendirilmiştir; bu da iletişimdeki zorlukların sonuçlardan veya karşılanmayan vaatlerden duyulan memnuniyetsizliğe katkıda bulunabileceğini göstermektedir. Bu ilişkiler, olumlu deneyimlerin genellikle uygun fiyat, kaliteli bakım

ve etkin hizmet kombinasyonu ile bağlantılı olduğunu, olumsuz deneyimlerin ise genellikle iletişimsizlik veya karşılanmayan beklentilerden kaynaklandığını vurgulamaktadır.

Bakım kalitesi teması, medikal turistlerin değerlendirmelerinde en merkezi tema olarak ortaya çıkmıştır ve birçok gezgin aldıkları tıbbi tedaviye yüksek değer vermektedir. Bakım kalitesi, sağlık hizmeti sağlayıcılarının yetkinliğini ve profesyonelliğini, tıbbi tesislerin gelişmişliğini ve tıbbi prosedürlerin başarısını kapsamaktadır. Turistler genellikle doktorların, cerrahların ve bakım personelinin uzmanlığını değerlendirerek, tedavilerinin beklentilerini karşılayıp karşılamadığını veya aşmış olmadığını belirtirler. Ayrıca, ileri teknoloji ve modern tesislerin kullanımı, medikal turizm destinasyonlarındaki bakım kalitesine ilişkin olumlu algıları desteklemektedir. Ancak bu tema çok boyutlu olabilmekte, deneyimler sağlık personelinin duyarlılığı, hastanenin altyapısı ve prosedürlerin sonuçları gibi faktörlere bağlı olarak değişebilmektedir. Medikal turistlerin ilgili tema hakkındaki bazı görüşleri aşağıdaki gibidir;

“Doktorların ve hemşirelerin profesyonelliği daha önce deneyimlediğim her şeyin ötesindeydi. Geldiğim andan itibaren sağlık personeli rahat olduğumdan emin oldum ve sürecin her adımını ayrıntılı olarak açıkladı. Cerrah son derece yetenekliydi ve en son teknoloji ve ekipmanı kullandıklarını söyleyebilirim. İyileşme sürecim boyunca beni sık sık kontrol ederek iyi ilerlediğimden emin oldular. Ameliyatımın sonucu beklentilerimi aştı ve bu hastaneyi yurtdışında tıbbi tedavi görmek isteyen herkese şiddetle tavsiye ederim.”

“Yurt dışında ameliyat olma konusunda biraz gergindim, ancak doktorların ve hemşirelerin ne kadar profesyonel oldukları beni çok şaşırttı. Her şeyi çok net bir şekilde açıkladılar ve tüm süreç boyunca kendimi rahat hissetmemi sağladılar. Tesisler birinci sınıftı ve en son teknolojiyi kullandıklarını söyleyebilirim. Ameliyatım mükemmel geçti ve takip bakımı da bir o kadar iyiydi. Dürüst olmak gerekirse, burada eve döndüğümde alacağımdan daha iyi bir bakım aldığımı hissediyorum.”

“Hastaneye girdiğim andan itibaren emin ellerde olduğumu biliyordum. Tıbbi ekip inanılmaz derecede profesyonel ve şefkatliydi. Prosedürümle ilgili her şeyi anladığımdan emin oldular ve kullandıkları ekipman çok modern

görünüyordu. İyileşme sürecim sorunsuz geçti ve sonuçlardan daha mutlu olamazdım. Burayı yurtdışında tıbbi tedavi olmayı düşünen herkese kesinlikle tavsiye ederim”.

“Kendi ülkemde tıbbi prosedürler geçirdim, ancak burada aldığım bakım başka bir seviyedeydi. Doktorlar sadece yetenekli değil, aynı zamanda tüm sorularımı yanıtlamak için zaman ayırdılar. Hastane son teknoloji tesislere sahipti ve bana çok iyi bakıldığını hissettim. Ameliyatımdan sonra beni düzenli olarak takip ettiler, bu da iyileşmemi gerçekten önemsediklerini hissettirdi.”

Ekonomiklik, ağırlıklı olarak olumlu bir ton taşıyan bir başka temaydı. Turistler özellikle maliyet tasarrufundan memnun kalmışlar ve kendi ülkelerinde çok pahalı olabilecek tıbbi prosedürlere erişebildiklerini belirtmişlerdir. Birçok yorumda, düşük maliyet ve yüksek kaliteli tedavinin bir araya gelmesinin paranın karşılığını aldıkları hissini yarattığı ve bunun da memnuniyetlerinde önemli bir faktör olduğu belirtilmiştir. Konaklama, ulaşım ve tedavi sonrası bakımı içeren kapsamlı tıbbi paketlerin mevcudiyeti de, bu paketlerin tüm deneyimi daha uygun maliyetli ve sorunsuz hale getirmesi nedeniyle övgüyle karşılandı. Sağlık harcamalarındaki önemli azalma, olumlu sağlık sonuçlarıyla birleştiğinde, satın alınabilirlik güçlü bir olumlu tema haline geldi.

Medikal turistleri kişiselleştirilmiş ve özenli bakım aldıklarında Müşteri Hizmetleri genellikle olumlu olarak vurgulanmıştır. Turistler, seyahat düzenlemelerine yardımcı olmak, duygusal destek sunmak veya iyileşme sürecinde konfor sağlamak gibi tıbbi tedavinin ötesinde destek sağlayan personelin çabalarını takdir etmiştir. Olumlu yorumlar, bu bakım seviyesinin turistlerin kaldıkları süre boyunca kendilerini değerli ve güvende hissetmelerini sağladığını vurgulamıştır. Rehabilitasyon hizmetleri ve takip konsültasyonları gibi ameliyat sonrası desteğin dahil edilmesi de sıklıkla olumlu bir faktör olarak dile getirilmiş ve tıbbi sağlayıcılara karşı emniyet ve güven

duygusuna katkıda bulunmuştur. Aşağıdaki yorumlar satın alınan hizmetle ilgili yorumlara örnek olarak verilmiştir:

“Memleketime kıyasla her şeyin ne kadar uygun fiyatlı olduğuna inanmadım. Buraya gelerek çok para biriktirdim ve bakım kalitesi de bir o kadar iyiydi. Her şey dahil paketler sunuyorlardı, bu da her şeyi çok kolaylaştırdı ve hiçbir gizli ücret yoktu. Paramın karşılığını mükemmel bir şekilde aldım ve sonuçtan gerçekten memnunum.”

“ABD'de ödeyeceğim ücretin yarısından daha azını ödedim ve bakım harikaydı. Seçtiğim pakete her şey dahildi, otel konaklamam bile, bu yüzden hiçbir şey için endişelenmeme gerek kalmadı. Çılgın fiyat etiketi olmadan bu kadar yüksek kalitede bakım almak harikaydı.”

“Buraya gelmek verebileceğim en iyi finansal karardı. Ameliyat ülkemdekinden çok daha ucuzdu ve kaliteden hiç ödün vermek zorunda kalmadım. Her şey fiyata dahildi ve tüm süreç sorunsuzdu. Harika bir bakım aldım ve bu süreçte çok para tasarruf etti.”

Sağlık turistleri minimum bekleme süreleri ve sorunsuz düzenlemelerle ilgili yorumlarda bulunmuştur. Genel olarak *Kolaylık* teması üzerinde yorumlarda bulunmuşlardır. Bu tema, genel anlamda olumlu olarak medikal turistler tarafından dile getirilmiştir. Kendi ülkelerinde karşılaşılabilecekleri uzun gecikmeler olmaksızın hızlı bir şekilde prosedürleri planlayabilen ve uygulayabilen turistler yüksek memnuniyet bildirmiştir. Sağlık personeli ile seyahat acenteleri veya kolaylaştırıcılar arasındaki etkin koordinasyon, turistlerin büyük değer verdiği sorunsuz deneyimlere katkıda bulunmuştur. Ulaşımdan tedaviye kadar her şeyin etkin bir şekilde halledilmesinin sağladığı kolaylık, sağlık turizminin önemli bir avantajı olarak görülmüştür. Aşağıda tema ile ilgili yorumlar verilmiştir:

“Her şeyi ayarlamamın bu kadar kolay olmasından gerçekten etkilendim. Konsültasyon rezervasyonumdan seyahat ve konaklama koordinasyonuna kadar tüm süreç sorunsuzdu. Hastanenin tüm detaylar konusunda bana yardımcı olan özel bir ekibi bile vardı, bu yüzden hiçbir şey için endişelenmeme gerek kalma.”

“Tüm deneyimin rahatlığı en çok göze çarpan şeydi. Doğru oteli bulmama yardım etmekten ulaşımı organize etmeye kadar her şeyi onlar halletti. Lojistikle ilgili hiçbir konuda stres yapmama gerek kalmadı, bu da iyileşme sürecime odaklanmamı çok daha kolay hale getirdi.”

“Tüm deneyimi harika kılan şey, her şeyin ne kadar uygun olduğuydu. Benim için tüm planlamaları yaptılar; konaklama, randevular, hatta iyileşme sürecimdeki geziler. Özellikle yabancı bir ülkede olmanın bu kadar sorunsuz olmasını gerçekten takdir ettim.”

“Her şey çok iyi organize edilmişti. İndiğim andan itibaren, beni alacak ve otelime götürecek bir şoför de dahil olmak üzere benim için her şeyi ayarladılar. Tüm seyahati çok daha kolay hale getirdi. Nereye gideceğimi veya oraya nasıl gideceğimi bulmak için zaman harcamak zorunda kalmadım - hepsi benim için yapıldı.”

Ameliyat Sonrası Komplikasyonlar, prosedürlerinin ardından beklenmedik sağlık sorunlarıyla karşılaşan turistler tarafından çoğunlukla olumsuz bir tonda ifade edilmiştir. Bazı durumlarda memnuniyetsizlik, takip bakımının eksikliğinden veya beklentilerine uymayan sonuçlardan kaynaklanmıştır. İncelemeler, turistlerin eve döndükten sonra tıbbi tesisten yeterli destek veya rehberlik almadan enfeksiyonlar veya tatmin edici olmayan sonuçlar gibi komplikasyonlarla karşılaştıkları durumları vurgulamıştır. Bu olumsuz deneyimler, özellikle de sorunsuz ve problemsiz bir iyileşme beklentisi içinde olan turistlerin kendilerini savunmasız ve hayal kırıklığına uğramış hissetmelerine yol açmıştır. İlgili yorumlar şu şekilde dile getirilmiştir:

“İlk başta her şey yolunda görünüyordu, ancak ameliyattan birkaç hafta sonra bazı komplikasyonlar yaşamaya başladım. Hastaneye ulaştım ama bana geri dönmeleri biraz zaman aldı. Bir kez ayrıldığımda, takip bakımının orada olmadığını hissettim. Sorunu çözmek için eve döndüğümde doktora gitmek zorunda kaldım.”

“Ameliyatım ilk başta başarılı görünüyordu ama birkaç hafta sonra sorunlar yaşamaya başladım. İhtiyacım olan takip bakımını almakta zorlandım. Ameliyat tamamlandıktan sonra istediğim kadar duyarlı olmadıklarını hissettim. Eve döndüğümde ek tedaviye ihtiyacım oldu.”

“Ameliyatın kendisi iyiydi ama ameliyat sonrası bakımdan memnun değildim. Bazı komplikasyonlar geliştirdim ve hastaneden yardım almak zordu. Takip tavsiyesine ihtiyaç duyduğumda çok duyarlı olmadılar ve işleri halletmek için yerel bir doktora gitmek zorunda kaldım.”

İletişim Engelleri, özellikle turistlerin sağlık personeliyle etkili iletişim kurmakta zorlandığı durumlarda olumsuz bir tema olarak sıklıkla dile getirilmiştir. Turistler yanlış anlaşıldıklarını hissettiklerinden veya ihtiyaçlarını açıkça ifade

edemediklerinden, dil zorlukları ve sorulara verilen yavaş yanıtlar hayal kırıklığı yaratmıştır. Prosedürler, bakım talimatları veya iyileşme süreçleriyle ilgili iletişimsizlikler genellikle kafa karışıklığına ve memnuniyetsizliğe yol açmıştır. Bu engellerin bakımlarının kalitesini veya bilinçli karar verme becerilerini etkilediğini düşünen turistler, sonuç olarak olumsuz deneyimler yaşadıklarını bildirmişlerdir.

“Yaşadığım en büyük sorun dil engeliydi. Personelin tamamı İngilizce konuşmuyordu ve bu da iletişim kurmayı zorlaştırıyordu. Her şeyi anladığımdan emin olmak için çeviri uygulamaları kullanmak zorunda kaldım, bu da özellikle tıbbi bir ortamda sinir bozucuydu. Bu kadar çok iletişim sorunu olmasaydı çok daha sorunsuz bir deneyim olabilirdi.”

“Dil farklılıkları nedeniyle resmin tamamını göremediğimi hissettiğim birkaç zaman oldu. Bazı talimatlar çok net değildi ve cevapları almak biraz zaman aldı. Her şeyi anlamaya çalışmak biraz sinir bozucuydu, özellikle de ameliyattan çıktıktan sonra.”

“İletişim zordu. Doktorlar İngilizce konuşsa da destek personelinin çoğu İngilizce bilmiyordu ve bu da işleri daha da zorlaştırıyordu. Ne olup bittiğinden emin olamadığım zamanlar oldu ve keşke genel olarak daha net bir iletişim olsaydı.”

“Dil engeli kesinlikle işleri olması gerekenden daha karmaşık hale getirdi. Bazı personel iyi İngilizce konuşamıyordu ve bu da birçok yanlış anlamaya yol açtı. Soru sormak veya ayrıntılı bilgi almak zordu ve bu da stresimi artırdı.”

Karşılanmayan beklentiler, medikal turizm deneyiminin gerçekliğinin sağlayıcılar tarafından verilen vaatlerle uyuşmadığı durumlarda bir tema olarak ortaya çıkmıştır. Reklamı yapılan hizmetler ile gerçek deneyimler arasında tutarsızlıklar bulan turistler hayal kırıklıklarını dile getirmiştir. Örneğin, bazı yorumlarda tıbbi tesislerin sanıldığı kadar modern veya iyi donanımlı olmadığı ya da bakım düzeyinin beklentilerin altında kaldığı belirtilmiştir. Karşılanmayan bu beklentiler, özellikle turistler pazarlama veya tanıtım materyalleri tarafından yanlış yönlendirildiklerini hissettiklerinde, hayal kırıklığı duygusuna katkıda bulunmuştur. Aşağıda karşılanmayan beklentilere örnek olarak yorumlara yer verilmiştir:

“Tesis, reklamlara dayanarak tam olarak beklediğim gibi değildi. Resimlerde çok daha güzel görünüyordu ve gerçek yer biraz köhne hissettirdi. Tıbbi bakım iyi olsa da, genel ortam düşündüğüm kadar lüks değildi.”

“Geldiimde biraz hayal kırıklığına uğradım. Klinik internette görüldüğü kadar modern ya da üst düzey değildi. Biraz daha lüks bir yer bekliyordum ama tesisler oldukça basitti. Bakım iyiydi ama ortam hayal ettiğim gibi değildi.”

“Yorumlara ve reklamlara dayanarak deneyimlediğim şey aklımdaki gibi değildi. Klinik düşündüğümden daha küçüktü ve tesisler resimlerde gösterilenlerle uyuşmuyordu. Kötü bir deneyim değildi ama içeri girerkenki beklentilerimi karşılamadı.”

“Burası internette gördüğümle pek uyuşmuyordu. Tesisler iyiydi ama kesinlikle tanıtım materyallerinde görüldükleri kadar güzel değillerdi. Daha modern bir şey bekliyordum ama biraz modası geçmiş hissettim. Bakım iyiydi ama ortam beni hayal kırıklığına uğrattı.”

Bölüm 5

TARTIŞMA VE SONUÇ

5.1 Sonuç

Medikal turistlerin çevrimiçi değerlendirmeler yoluyla oluşturduğu içerikten bilgi edinmek, turizm destinasyonlarının bir destinasyonun ne kadar iyi işlediğini değerlendirmesine yardımcı olabileceği mevcut turizm ve ağırlama endüstrisinde yansıtılmıştır (Ahani vd., 2019). Bu, memnun olan veya olmayan ve elektronik ağızdan ağıza tavsiye etme aracılığıyla daha fazla bakıma ihtiyaç duyan medikal turist segmentlerinin belirlenmesine yardımcı olabileceği düşünülmektedir (Abubakar ve İlkan, 2016). Turistlerin memnuniyeti, bazı faktörlerin dahil olduğu bileşik bir prosedür gibi görünse de, bu çalışmada önerilen yöntem, medikal turizm web sitelerindeki çeşitli faktörler aracılığıyla müşterilerin memnuniyetini değerlendirebilmiştir. Ayrıca, turistlerin yorumlarının metin madenciliği, medikal turizm ürününün medikal turist memnuniyetini etkileyebilecek bazı önemli unsurları olduğunu ortaya koymuştur. Örneğin, medikal turistlerin yorumlarına dayanarak, bu çalışma medikal turist memnuniyeti için önemli olabilecek bazı önemli özellikleri keşfetmiştir. Bu durum, medikal turizm yöneticileri tarafından, medikal hizmetlerin sağlanmasına yönelik gelecekteki politikaların oluşturulmasında dikkate alınmalıdır.

Çalışmamız, Leximancer yazılımı kullanılarak medikal turistlerden gelen çevrimiçi yorumların analizi, deneyimlerini tanımlayan birkaç kapsayıcı temayı ortaya

çıkarmıştır. Bu temalar, önem ve en çok bahsedilme sırasına göre şu şekildedir; “Bakım Kalitesi,” “Uygun fiyat,” “Müşteri hizmetleri,” “Kolaylık”, “Ameliyat sonrası komplikasyonlar,” “İletişim engelleri,” ve “Karşılanmayan beklentiler” olarak ortaya çıkmıştır. İlgili temalar, yurtdışında tedavi olma kararından prosedürlerinin sonuçlarına ve genel memnuniyetlerine kadar medikal turizm sürecinin önemli yönlerini yansıtmaktadır. Her bir tema, medikal turistlerin odaklandığı temel faktörlere ışık tutmakta ve birlikte, yolculukları hakkında kapsamlı bir anlayış sunmaktadır. Medikal turistlerin deneyimlerinin analizinde belirlenen ana temalar şu şekildedir; Bakım kalitesi, uygun fiyat, müşteri hizmetleri, kolaylık, ameliyat sonrası komplikasyonlar, iletişim engelleri ve karşılanmayan beklentiler.

Sonuç olarak bu çalışma, medikal turizmle ilişkili hem olumlu hem de olumsuz temaları ortaya çıkarmak için çevrimiçi incelemeleri analiz ederek medikal turistlerin deneyimlerini araştırmıştır. Leximancer yazılımı kullanılarak belirlenen ana temalar arasında bakım kalitesi, uygun fiyat, müşteri hizmetleri, kolaylık, ameliyat sonrası komplikasyonlar, iletişim engelleri ve karşılanmayan beklentiler yer almıştır. Olumlu deneyimler öncelikle bakım kalitesiyle, özellikle de sağlık personelinin profesyonelliği, gelişmiş tesisler ve olumlu sağlık sonuçlarıyla ilişkilendirilmiştir. Uygun fiyat bir diğer önemli olumlu tema olarak ortaya çıkmış, hastalar kendi ülkelerine kıyasla daha düşük maliyetlerden ve paranın algılanan değerinden duydukları memnuniyeti dile getirmişlerdir. Müşteri hizmetleri ve kolaylık da olumlu karşılanmış, destekleyici personelin ve sorunsuz düzenlemelerin hasta memnuniyetini artırmadaki rolü vurgulanmıştır. Bununla birlikte, özellikle ameliyat sonrası komplikasyonlarla ilgili olarak, bazı hastaların sonuçlardan memnuniyetsizlik bildirdiği ve yeterli takip bakımının olmadığı bazı olumsuz deneyimler de yaygındır.

İletişim engelleri, özellikle de dil zorlukları ve net olmayan talimatlar, olumsuz değerlendirmelerde sıklıkla bahsedilmiştir. Buna ek olarak, karşılanmayan beklentiler tekrar eden bir tema olarak ortaya çıkmış, turistler reklamı yapılan hizmetler ile gerçek deneyimler arasındaki tutarsızlıklara dikkat çekmiştir. Genel olarak bulgular, memnuniyetin hem yüksek kaliteli tıbbi hizmetlere hem de etkili lojistik desteğe bağlı olduğu, olumsuz yönlerin ise genellikle karşılanmayan beklentiler ve iletişim zorluklarından kaynaklandığı medikal turizm deneyimlerinin ikili doğasının altını çizmektedir. Bu bilgiler, medikal turizm sağlayıcılarına hizmetteki boşlukları ele alma ve gelişmiş takip bakımı, şeffaf iletişim ve daha tutarlı hizmet kalitesi yoluyla hasta memnuniyetini artırma konusunda ışık tutmaktadır.

5.2 Tartışma

Teknoloji ve çevrimiçi yorumlar, özellikle hastaların bilinçli kararlar vermek için genellikle başkalarının deneyimlerine güvendiği sağlık turizmi gibi sektörlerde müşteri deneyimlerini anlamada önemli araçlar haline gelmiştir. Geri bildirim için çevrimiçi platformlara artan güven, araştırmacıların ve uygulayıcıların hizmet kalitesi, hasta memnuniyeti ve iyileştirme alanları hakkında daha derin içgörüler elde etmelerini sağlamıştır (Abd Mutalib vd., 2017). Medikal turizm bağlamında, çevrimiçi değerlendirmelerin analiz edilmesi, tıbbi prosedürler için yurt dışına seyahat eden hastaların gerçek yaşam deneyimlerini yansıtan zengin bir veri kaynağı sağlamaktadır. Bu yorumlar, hastaların yolculuklarının hem olumlu hem de olumsuz yönlerinin kapsamlı bir resmini sunarak, medikal turizm deneyimini şekillendiren temel temaları belirlemek için paha biçilmezdir (Ahani vd., 2019).

Bu çalışma sayesinde, medikal turistlerin deneyimlerinde hem olumlu hem de olumsuz birkaç önemli ana tema tespit ettik. Olumlu temalar arasında, bakım kalitesi çok

önemli bir faktör olarak öne çıktı. Hastalar, sağlanan hizmetlere güven ve itimat aşıl原因an sağlık personelinin profesyonelliğini, gelişmiş tesisleri ve başarılı sonuçları övdü. Uygun fiyat bir diğer önemli olumlu temaydı; hastalar sıklıkla kendi ülkelerine kıyasla daha düşük maliyetlere ve kapsamlı tıbbi paketlerden aldıkları paranın karşılığını aldıklarına dikkat çekti. Bu uygun fiyat, yüksek kaliteli bakım ile birleştiğinde, medikal turizmi birçok kişi için cazip bir seçenek haline getirmiştir. Bu bulgular Ahani vd. (2019) icra ettiği çalışmaların bulgularıyla benzerlik göstermektedir. Ayrıca, müşteri hizmetleri ve kolaylık da genel deneyimin geliştirilmesinde önemli bir rol oynamıştır. Birçok turist, aldıkları kişiselleştirilmiş bakımı, destekleyici personeli ve seyahat ve tıbbi düzenlemelerini koordine etme kolaylığını takdir ederek süreci daha sorunsuz ve daha az stresli hale getirmiştir.

Bununla birlikte, çalışma medikal turistlerin karşılaştığı bazı olumsuz temaları da ortaya çıkarmıştır. Ameliyat sonrası komplikasyonlar yaygın bir endişe kaynağı olmuş, hastalar beklenmedik komplikasyonlar ve yeterli takip bakımının olmaması nedeniyle memnuniyetsizliklerini dile getirmişlerdir. Bu bulgular Moghavvemi vd. (2023) çalışmalarındaki bulgularla paraleldir. Bu durum, uzun vadeli sonuçları iyileştirmek için ameliyat sonrası daha iyi destek ve izleme ihtiyacına işaret etmektedir. Dil zorlukları ve net olmayan talimatlar hastalar arasında hayal kırıklığına neden olduğundan, iletişim engelleri bir diğer kritik konudur ve uluslararası sağlık hizmeti ortamlarında açık, çok dilli iletişimin önemini vurgulamaktadır. İlgili problemler ayrıca Momeni vd. (2018) çalışmasında da dile getirilmiştir. Son olarak, karşılanmayan beklentiler önemli bir olumsuz tema olarak ortaya çıkmış, turistler reklamlar aracılığıyla vaat edilenler ile karşılaştıkları gerçek deneyim arasında tutarsızlıklar olduğunu bildirmişlerdir. Beklenti ve gerçeklik arasındaki bu uçurum, daha doğru ve şeffaf pazarlama ihtiyacını vurgulamaktadır. Benzer problemler ayrıca

Guiry vd. (2013) ve Guiry ve Vequist (2011) gerçekleştirdikleri çalışmada altı çizilmiştir.

Bölüm 6

ÖNERİLER

6.1 Teorik Çıkarımlar

Bu araştırma, çevrimiçi değerlendirmeler yoluyla elde edilen medikal turistlerin deneyimlerine ilişkin detaylı bir anlayış sunarak medikal turizm alanındaki mevcut bilgi birikimine katkıda bulunmaktadır. Çalışmanın bulguları, uluslararası sağlık hizmetlerinde hizmet kalitesi, hasta memnuniyeti ve tüketici davranışını çevreleyen teorik söylemi zenginleştirmektedir. Bu araştırma, medikal turistlerin deneyimlerini etkileyen hem olumlu hem de olumsuz belirli temaları belirleyerek, medikal turizm çalışmalarının temelini oluşturan teorik çerçeveleri, özellikle de hizmet endüstrilerinde müşteri memnuniyeti ve güven ile ilgili teorileri geliştirmektedir. Bakım kalitesi, uygun fiyat, müşteri hizmetleri ve kolaylık gibi olumlu temalar, algılanan hizmet kalitesi ve değerinin müşteri memnuniyetini artırmadaki önemini vurgulayan mevcut teorilerle uyumludur. Bu anlamda çalışma, müşterilerin hizmet sunumu ve sonuçlarına ilişkin algılarının memnuniyet düzeylerini doğrudan etkilediğini öne süren SERVQUAL ve beklenti-uyumsuzluk teorisi gibi teorilerin uygulanabilirliğini teyit etmektedir.

Ancak bu çalışma, ameliyat sonrası komplikasyonlar, iletişim engelleri ve karşılanmayan beklentiler gibi olumsuz temaları da söyleme dahil ederek bu teorik modellere önemli karmaşıklıklar getirmektedir. Bu bulgular, mevcut hizmet kalitesi

çerçevelerine meydan okuyarak, özellikle sağlık sonuçları ve iletişimle ilgili olumsuz deneyimlerin, uzun vadeli algı ve davranışları şekillendirmede daha önce kabul edilenden daha fazla ağırlık taşıyabileceğini göstermektedir. Bu durum, özellikle güven ve hizmet sonrası sonuçların kritik önem taşıdığı sağlık hizmetleri gibi sektörlerde, hizmet sunumunun sadece olumlu yönlerini değil olumsuz yönlerini de dikkate alan daha bütüncül bir teorik yaklaşıma duyulan ihtiyacı vurgulamaktadır. Ayrıca bulgular, itibar ve güvene ilişkin kuramsal yapıların şekillendirilmesinde çevrimiçi değerlendirmelerin rolüne ilişkin önemli soruları gündeme getirmektedir. Bir elektronik ağızdan ağıza iletişim (eWOM) biçimi olarak çevrimiçi geri bildirim doğası, medikal turizmde tüketici güveni oluşumunu nasıl anladığımız konusunda önemli çıkarımlara sahiptir. Güven, beklenti yönetimi ve hizmet sonrası iletişimin karmaşık dinamiklerini analiz eden bu araştırma, sınır ötesi sağlık hizmetleri bağlamında müşteri deneyimleri üzerindeki hem olumlu hem de olumsuz etkileri ağıklayan daha bütüncül bir teorik model sunmaktadır.

Ayrıca, bu çalışmanın temel teorik katkılarından biri de metodolojik yaklaşımında yatmaktadır. Sosyal arzu edilebilirlik veya yapılandırılmış sorgulamanın sınırlılıkları nedeniyle önyargıya maruz kalabilen anketler veya görüşmeler gibi geleneksel araştırma yöntemlerinin aksine, bu çalışma medikal turistlerin gönüllü olarak paylaştıkları çevrimiçi değerlendirmelerden yararlanmaktadır (Nilashi vd., 2021). Bu yaklaşım, incelemeler araştırmacıların veya anket çerçevelerinin etkisi olmaksızın hastalar tarafından kendiliğinden paylaşıldığından, deneyimlerin daha organik ve tarafsız bir şekilde toplanmasına olanak tanımaktadır. Çalışma, doğal olarak ortaya çıkan bu veri noktalarına odaklanarak, kendi kendine bildirilen anketler ve görüşmelerle yaygın olarak ilişkilendirilen ve bazen bulguların güvenilirliğini sınırlayabilen önyargıları en aza indirmektedir (Nilashi vd., 2019). Çevrimiçi

değerlendirmelerin birincil veri kaynağı olarak kullanılması, medikal turistlerin gerçek deneyimleri, algıları ve hizmet değerlendirmeleri hakkında daha gerçekçi ve güvenilir bir içgörü sağlayarak, bu araştırmayı tüketici davranışı ve hizmet değerlendirmesi bağlamında araştırma metodolojisi literatürüne değerli bir katkı haline getirmektedir. Bu aynı zamanda, geleneksel yöntemlerin izin verdiğiinden daha kapsamlı ve temsili bir medikal turizm deneyimi görünümü sunan büyük veri analizinin tüketici araştırmalarındaki artan önemini vurgulamaktadır.

6.2 Yönetimsel Çıkarımlar

Pratik bir bakış açısıyla, bu araştırmanın bulguları medikal turizm sağlayıcıları, sağlık çalışanları ve hizmet koordinatörleri için uygulanabilir bilgiler sunmaktadır. Bakım kalitesi, uygun fiyat, müşteri hizmetleri ve rahatlığın olumlu temalar olarak tanımlanması, medikal turistlerin en çok değer verdiği hususların altını çizmektedir. Hizmet sağlayıcılar için bu temalar, hasta beklentilerini karşılamak için yüksek kaliteli sağlık hizmetlerine, profesyonel personele ve son teknoloji tesislere yatırım yapma ihtiyacını vurgulamaktadır. Bu faktörler, özellikle algılanan bakım kalitesi kendi ülkelerinden daha yüksek veya daha erişilebilir olduğunda, hastanın yurtdışında tıbbi bakım arama kararıyla doğrudan ilişkilidir. Ayrıca, satın alınabilirlik sağlık turistleri için önemli bir motivasyon kaynağıdır; bu nedenle, hizmet sağlayıcılar fiyatlandırma yapılarının kaliteden ödün vermeden rekabetçi kalmasını sağlamalıdır. Kapsamlı ameliyat sonrası bakım ve lojistik destek içeren şeffaf fiyatlandırma paketleri sunmak, hasta memnuniyetini artırabilir ve olumlu ağızdan ağıza iletişimin önünü açabilir.

Öte yandan, çalışmanın ameliyat sonrası komplikasyonlar, iletişim engelleri ve karşılanmayan beklentiler gibi olumsuz temaları, hizmet sunumunun iyileştirilmesi için önemli içgörüler sunmaktadır. Sağlık hizmeti sağlayıcıları, ayrıntılı takip planları,

sanal konsültasyonlar veya hastanın kendi ülkesindeki yerel sağlık hizmeti sağlayıcılarıyla ortaklıklar sunarak ameliyat sonrası bakımı daha kapsamlı bir şekilde ele almalıdır. Bu, komplikasyonlar ve takip bakımı eksikliğiyle ilişkili olumsuz deneyimlerin azaltılmasına yardımcı olabilir. İletişim engelleri, hastaların tıbbi talimatları ve prosedürleri tam olarak anlamalarını sağlamak için çok dilli personel veya çeviri hizmetleri sağlamanın önemini vurgulamaktadır. Bu, özellikle dil farklılıklarının yanlış anlamalara veya memnuniyetsizliğe yol açabileceği medikal turizmde kritik önem taşımaktadır. Karşılanmayan beklentiler, pazarlama ve tanıtım materyallerinin sağlanan gerçek hizmetlerle yakından uyumlu olması gerektiğini göstermektedir. Sağlayıcılar reklamlarda aşırı vaatlerde bulunmaktan kaçınmalı ve bunun yerine tesislerin kalitesinden tıbbi prosedürlerin sonuçlarına kadar hastaların neler bekleyebileceğine dair net ve doğru temsiller sunmalıdır. Bunu yapmak sadece hayal kırıklığını önlemekle kalmayacak, aynı zamanda hastalarla daha güçlü ilişkiler kurarak işlerin tekrarlanmasına ve olumlu değerlendirmelere yol açacaktır.

Araştırma, kapsamlı ameliyat sonrası bakım ve takip hizmetlerinin önemini vurgulamaktadır. Medikal turistler tarafından paylaşılan pek çok olumsuz deneyim, ameliyat sonrasında ortaya çıkan komplikasyonlardan ve uygun takip hizmetlerinin eksikliğinden kaynaklanmaktadır. Sağlık hizmeti sağlayıcıları, sanal kontrolleri, ayrıntılı ameliyat sonrası talimatları ve hastaların kendi ülkelerine döndüklerinde sağlık uzmanlarıyla iletişime geçmeleri için açık yolları içeren yapılandırılmış takip protokolleri geliştirerek bu sorunu çözebilir. Ayrıca, medikal turizm sağlayıcıları sürekli bakım sağlamak için yerel sağlık tesisleriyle ortaklık kurabilir. Bu, hasta memnuniyetsizliğini önemli ölçüde azaltacak ve daha olumlu sonuçlara yol açarak medikal turizm destinasyonunun itibarını artıracaktır.

Çalışmada tespit edildiği üzere, dil engelleri ve iletişim sorunları medikal turistler için önemli sorun noktalarıdır. Sağlık hizmeti sağlayıcıları, konsültasyonlar ve tıbbi prosedürler sırasında gerçek zamanlı dil çevirisini kolaylaştıran çok dilli personele, çeviri hizmetlerine ve teknoloji odaklı iletişim araçlarına yatırım yapmalıdır. Yanlış anlamaları daha da azaltmak için sağlık hizmeti sağlayıcıları, tüm kritik tıbbi talimatların ve prosedürlerin tercihen hastanın ana dilinde açıkça anlatılmasını sağlamalıdır. Bu, çok dilli broşürler, video eğitimleri veya interaktif uygulamalar aracılığıyla yapılabilir. Sağlık turizmi sağlayıcıları iletişimi geliştirerek güven oluşturabilir, kafa karışıklığını azaltabilir ve genel hasta memnuniyetini artırabilir.

Medikal turizm sürecinin kolaylığı -özellikle rezervasyon kolaylığı ve minimum bekleme süreleri- çalışmada olumlu bir tema olarak belirtilmiştir. Bundan faydalanmak için medikal turizm sağlayıcıları, hastalar için rezervasyon, konsültasyon ve seyahat düzenlemelerini kolaylaştırmak üzere teknoloji platformlarından yararlanmalıdır. Bu, hastaların tek bir platform üzerinden hizmet rezervasyonu yapmasına, seyahat ayarlamasına ve ameliyat öncesi ve sonrası bakım bilgilerine erişmesine olanak tanıyan entegre dijital sistemler aracılığıyla yapılabilir. Bu tür bir teknoloji gerçek zamanlı güncellemeler, takip randevuları için otomatik hatırlatıcılar sağlayabilir ve hastalar ile sağlık hizmeti sağlayıcıları arasında kolay iletişimi kolaylaştırabilir. Sağlık hizmeti sağlayıcıları, tıbbi yolculuğu daha sorunsuz ve kullanıcı dostu hale getirerek hasta deneyimini önemli ölçüde geliştirebilir ve böylece işlerin tekrarlanmasını ve olumlu değerlendirmeleri artırabilir.

Karşılanmayan beklentiler, özellikle de reklamı yapılan hizmetler ile gerçek deneyimler arasındaki farklılıklardan kaynaklananlar, yaygın bir olumsuz tema olmuştur. Bunu ele almak için medikal turizm sağlayıcılarının pazarlama

materyallerinin ve tanıtım çabalarının şeffaf ve gerçekçi olmasını sağlamaları gerekmektedir. Reklamlarda aşırı vaatlerde bulunmak memnuniyetsizliğe yol açabilir, bu nedenle sağlayıcılar hizmetlerinin, tesislerinin ve beklenen sonuçların doğru bir tasvirini sunmaya odaklanmalıdır. Bu, belirli tıbbi prosedürlerin içerdiği risklerin ve hastaların sonuçlar ve iyileşme açısından gerçekçi olarak neler bekleyebileceklerinin açıkça iletilmesini içerir. Beklentileri daha iyi yöneterek, sağlayıcılar hayal kırıklığını önleyebilir ve potansiyel hastalar arasında daha fazla güven oluşturabilir. Dürüst ve şeffaf pazarlama, medikal turizm sektöründe marka itibarını ve hasta sadakatini artırmak için uzun vadeli bir strateji olarak da kullanılabilir.

6.3 Politika Yapıcılar için Çıkarımlar

Bulguların, medikal turizm için popüler destinasyonlar olan ülkelerdeki hükümetler ve düzenleyici kurumlar için de önemli politika çıkarımları bulunmaktadır. Çevrimiçi incelemelerde yer alan olumlu ve olumsuz deneyimler, uluslararası hastalara sunulan tıbbi hizmetlerin kalitesini ve güvenliğini sağlamak için sağlam düzenleyici çerçevelere duyulan ihtiyacın altını çizmektedir. Bu ülkelerdeki hükümetler, medikal turistlere hizmet veren sağlık tesisleri için daha sıkı akreditasyon standartları uygulamayı düşünmelidir. Bu standartlar yalnızca klinik kalite ölçütlerini değil, aynı zamanda özellikle uluslararası hastalar için ameliyat sonrası bakım ve iletişim protokollerine ilişkin gereklilikleri de içermelidir. Bu çerçeveler, uluslararası sağlık hizmetleri akreditasyon kuruluşları ile işbirliği içinde geliştirilebilir ve sunulan bakım kalitesinin küresel standartları karşılamaı sağlanabilir.

Ayrıca, medikal turistlerin aldatıcı pazarlama uygulamalarıyla yanıltılmamasını sağlamak için tüketicinin korunmasına yönelik politika tedbirleri de elzemdir. Hükümetler, medikal turizm hizmetlerinin reklamının nasıl yapıldığını düzenleyen

kılavuz ilkeler getirerek, sağlayıcıların hastaların neler bekleyebileceğine dair doğru bir resim sunmasını sağlayabilir. Bu, tesislerin tıbbi prosedürlerle ilişkili riskleri açıkça ifşa etmelerini ve hem prosedür hem de ameliyat sonrası olası komplikasyonlar için şeffaf fiyatlandırma sunmalarını gerektirebilir. Bu tür politikalar, hastaların karşılanmamış beklentiler yaşamasını önlemeye yardımcı olacak ve medikal turizm sektörünün genel itibarını artıracaktır. Buna ek olarak, sağlık tesislerinde çok dilli destek hizmetlerini teşvik eden politikalar iletişim engellerini ortadan kaldırabilir. Politika yapıcılar, tedarikçileri çeviri hizmetleri sunmaya veya çok dilli personel istihdam etmeye teşvik ederek iletişimsizlik riskini azaltmaya yardımcı olabilir ve böylece hasta memnuniyetini ve güvenliğini artırabilir.

Ayrıca, medikal turistler için daha iyi bakım sürekliliğini kolaylaştırmak üzere ülkeler arasında ikili anlaşmalar araştırılabilir. Örneğin, özellikle ameliyat sonrası takip bakımı için sağlık sistemleri arasında daha sorunsuz geçişler sağlamak üzere varış ülkeleri ile hastaların kendi ülkeleri arasında anlaşmalar yapılabilir. Son olarak, medikal turizm destinasyonlarındaki hükümetler, hem yerli hem de uluslararası hastalar için uygun fiyatlı sağlık hizmetlerini teşvik eden politikaları göz önünde bulundurmalıdır. Rekabetçi fiyatlar sunarken yüksek bakım standartlarını koruyan medikal turizm sağlayıcıları için sübvansiyonlar veya vergi teşvikleri, kaliteden ödün vermeden sektörün uluslararası hastalar için cazibesini artırabilir. Bunu yaparak hükümetler, önde gelen medikal turizm destinasyonları olarak konumlarını daha da güçlendirebilir ve büyüyen bu sektörün faydalarının hem hizmet sağlayıcılar hem de hizmet verdikleri hastalar tarafından fark edilmesini sağlayabilir.

6.4 Gelecekteki Çalışmalara Öneriler ve Kısıtlar

Hindistan, Singapur, Türkiye, Tayland, Kosta Rika, Japonya, Malezya, Güney Kore, İspanya ve Kanada gibi ülkeleri ziyaret eden medikal turistlerden gelen 10.954 çevrimiçi değerlendirmenin analizine dayanan bu çalışma, çeşitli medikal turizm destinasyonlarındaki hastaların deneyimlerine ilişkin zengin bilgiler sunmaktadır. Bununla birlikte, bazı sınırlamalar kabul edilmelidir. İlk olarak, çevrimiçi yorumlar spontane ve gerçekçi geri bildirim sağlasa da, bunlar gönüllülük esasına dayanmaktadır ve tüm medikal turistlerin deneyimlerinin dengeli bir görünümünü temsil etmeyebilir. Aşırı (son derece olumlu veya olumsuz) deneyimler yaşayanlar yorum göndermeye daha meyilli olabilirken, daha nötr veya ılımlı deneyimler yaşayan bireyler sessiz kalabilir. Bu seçim yanlılığı, bulguların genelleştirilebilirliğini sınırlayabilir ve hasta yolculuğunun belirli yönlerine aşırı vurgu yapılmasına neden olabilir.

Ayrıca, analiz edilen incelemeler İngilizce dilinde yapılan başvurularla sınırlıdır; bu da deneyimlerini diğer dillerde paylaşan turistlerin değerli görüşlerini dışarıda bırakabilir. Bu dilsel kısıtlama, İngilizce konuşulmayan ülke veya bölgelerdeki medikal turizm deneyimlerinin eksik anlaşılmasına yol açabilir. Ayrıca, çalışma tematik analiz için Leximancer yazılımının yeteneklerine dayanmaktadır; bu yazılım, geniş kalıpları belirlemede etkili olsa da, görüşmeler veya odak grupları gibi diğer nitel yöntemlerin sunabileceği bireysel deneyimlerin tam derinliğini yakalayamamaktadır. Dolayısıyla, sağlık turizmi deneyimlerini çevreleyen daha derin bağlamsal nüanslar ve duygular tam olarak ortaya çıkarılamayabilir.

Gelecekteki araştırmalar, hem nicel hem de nitel veri toplama yöntemlerini entegre eden karma yöntem yaklaşımını benimseyerek bu sınırlamaların üstesinden gelmeyi hedeflemelidir. Gelecekteki alışmalar, evrimii değerlendirmeleri mülakatlar veya yapılandırılmış anketlerle birleştirerek, verilerin genişliğini ve derinliğini dengelerken belirli deneyimler hakkında daha derin içgörüler elde edebilir. Ayrıca, veri setinin farklı dillerde yazılmış incelemeleri içerecek Şekilde genişletilmesi, bulguların kültürel çeşitliliğini artıracak ve sonuçların küresel uygulanabilirliğini geliştirecektir. Gelecekteki araştırmalar demografik faktörlerin (yaş, cinsiyet veya tıbbi prosedür türü gibi) etkisini de araştırabilir ve farklı bölgelerdeki veya sağlık sistemlerindeki deneyimleri karşılaştırabilir. Gelecekteki alışmalar, bu alanları ele alarak medikal turizm deneyimlerine ilişkin daha kapsamlı ve incelikli bir anlayış sunabilir ve bu büyüyen alana yönelik teorik ve pratik katkıları daha da geliştirebilir.

KAYNAKLAR

- Abd Mutalib, N. S., Soh, Y. C., Wong, T. W., Yee, S. M., Yang, Q., Murugiah, M. K., & Ming, L. C. (2017). Online narratives about medical tourism in Malaysia and Thailand: a qualitative content analysis. *Journal of Travel & Tourism Marketing, 34*(6), 821-832.
- Abubakar, A. M., & Ilkan, M. (2016). Impact of online WOM on destination trust and intention to travel: A medical tourism perspective. *Journal of Destination Marketing & Management, 5*(3), 192-201.
- Adams, K., Snyder, J., Crooks, V. A., & Berry, N. S. (2018). A critical examination of empowerment discourse in medical tourism: the case of the dental tourism industry in Los Algodones, Mexico. *Globalization and health, 14*, 1-10.
- Adventure Travel Trade Association 20 Adventure Travel Trends to Watch in 2018
- Aguiar-Díaz, I., Ruiz-Mallorquí, M. V., & González López-Valcárcel, B. (2019). Insurance company as dominant shareholder and financial performance in for-profit hospitals. *Spanish Journal of Finance and Accounting/Revista Española de Financiación y Contabilidad, 48*(3), 306-340.
- Ahani, A., Nilashi, M., Zogaan, W. A., Samad, S., Aljehane, N. O., Alhargan, A., ... & Sanzogni, L. (2021). Evaluating medical travelers' satisfaction through online review analysis. *Journal of Hospitality and Tourism Management, 48*, 519-537.

- Akgunduz, Y., Alkan, C., & Adan Gök, Ö. (2022). How are the exchange relationships of front office employees reflected on customers?. *The Service Industries Journal*, 42(9-10), 798-821.
- Aktürk, S., Durak, S., & Arslan, T. V. (2019). Otantiklik ve metalaşma kavramlarının turizmin sürdürülebilirliği çerçevesinde Taraklı ve Cumalıkızık bölgeleri üzerinden okunması. *OPUS International Journal of Society Researches*, 13(19), 2200-2225.
- Ali, U., Arasli, H., Arasli, F., Saydam, M. B., Capkiner, E., Aksoy, E., & Atai, G. (2023). Determinants and impacts of quality attributes on guest perceptions in Norwegian Green Hotels. *Sustainability*, 15(6), 5512.
- Arasli, H., Saydam, M. B., Gunay, T., & Jafari, K. (2021). Key attributes of Muslim-friendly hotels' service quality: voices from booking. com. *Journal of Islamic Marketing*, 14(1), 106-127.
- Ashworth, G. J., & Isaac, R. K. (2015). Have we illuminated the dark? Shifting perspectives on 'dark'tourism. *Tourism Recreation Research*, 40(3), 316-325.
- Aslan, A., Altinoz, B., & Özsolak, B. (2021). The nexus between economic growth, tourism development, energy consumption, and CO 2 emissions in Mediterranean countries. *Environmental Science and Pollution Research*, 28, 3243-3252.

- Bagheri, M., Shojaei, P., Jahromi, S. A., & Kiani, M. (2020). Proposing a model for assessing green hotels based on ecological indicators. *Tourism and hospitality research, 20*(4), 406-422.
- Baloch, Q. B., Shah, S. N., Iqbal, N., Sheeraz, M., Asadullah, M., Mahar, S., & Khan, A. U. (2023). Impact of tourism development upon environmental sustainability: a suggested framework for sustainable ecotourism. *Environmental Science and Pollution Research, 30*(3), 5917-5930.
- Beames, S., Mackenzie, S. H., & Raymond, E. (2022). How can we adventure sustainably? A systematized review of sustainability guidance for adventure tourism operators. *Journal of Hospitality and Tourism Management, 50*, 223-231.
- Beladi, H., Chao, C. C., Ee, M. S., & Hollas, D. (2019). Does medical tourism promote economic growth? A cross-country analysis. *Journal of Travel Research, 58*(1), 121-135.
- Biran, A., & Hyde, K. F. (2013). New perspectives on dark tourism. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research, 7*(3), 191-198.
- Brochado, A., Rita, P., Oliveira, C., & Oliveira, F. (2019). Airline passengers' perceptions of service quality: Themes in online reviews. *International Journal of Contemporary Hospitality Management, 31*(2), 855-873.

- Brotherton, B. O. B., & Himmetoğlu, B. (1997). Beyond destinations—special interest tourism. *Anatolia*, 8(3), 11-30.
- Buckley, R. (2007). Adventure tourism products: Price, duration, size, skill, remoteness. *Tourism Management*, 28(6), 1428-1433.
- Büyüközkan, G., Mukul, E., & Kongar, E. (2021). Health tourism strategy selection via SWOT analysis and integrated hesitant fuzzy linguistic AHP-MABAC approach. *Socio-Economic Planning Sciences*, 74, 100929.
- Campbell, S., Greenwood, M., Prior, S., Shearer, T., Walkem, K., Young, S., ... & Walker, K. (2020). Purposive sampling: complex or simple? Research case examples. *Journal of research in Nursing*, 25(8), 652-661.
- Campra, M., Riva, P., Oricchio, G., & Brescia, V. (2022). Bibliometrix analysis of medical tourism. *Health Services Management Research*, 35(3), 172-188.
- Canavan, B. (2016). Tourism culture: Nexus, characteristics, context and sustainability. *Tourism Management*, 53, 229-243.
- Cárdenas-García, P. J., Sánchez-Rivero, M., & Pulido-Fernández, J. I. (2015). Does tourism growth influence economic development?. *Journal of travel Research*, 54(2), 206-221.

- Cetin, G., & Bilgihan, A. (2016). Components of cultural tourists' experiences in destinations. *Current Issues in Tourism*, 19(2), 137-154.
- Cham, T. H., Lim, Y. M., Sia, B. C., Cheah, J. H., & Ting, H. (2021). Medical tourism destination image and its relationship with the intention to revisit: A study of Chinese medical tourists in Malaysia. *Journal of China Tourism Research*, 17(2), 163-191.
- Chaulagain, S., Jahromi, M. F., & Fu, X. (2021). Americans' intention to visit Cuba as a medical tourism destination: A destination and country image perspective. *Tourism Management Perspectives*, 40, 100900.
- Chaulagain, S., Le, L. H., & Hancer, M. (2024). Traveling for medical tourism: the roles of demographics, past experience and medical tourism destination familiarity. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 25(5), 960-985.
- Chaulagain, S., Pizam, A., & Wang, Y. (2021). An integrated behavioral model for medical tourism: An American perspective. *Journal of Travel Research*, 60(4), 761-778.
- Chen, H., & Rahman, I. (2018). Cultural tourism: An analysis of engagement, cultural contact, memorable tourism experience and destination loyalty. *Tourism management perspectives*, 26, 153-163.

- Chen, L. F. (2019). Green certification, e-commerce, and low-carbon economy for international tourist hotels. *Environmental science and pollution research*, 26, 17965-17973.
- Chiu, W., Bae, J. S., & Won, D. (2017). The experience of watching baseball games in Korea: An analysis of user-generated content on social media using Leximancer. *Journal of sport & Tourism*, 21(1), 33-47.
- Chiu, W., Zeng, S., & Cheng, P. S. T. (2016). The influence of destination image and tourist satisfaction on tourist loyalty: a case study of Chinese tourists in Korea. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 10(2), 223-234.
- Chuang, T. C., Liu, J. S., Lu, L. Y., & Lee, Y. (2014). The main paths of medical tourism: From transplantation to beautification. *Tourism Management*, 45, 49-58.
- Cloke, P., & Perkins, H. C. (2002). Commodification and adventure in New Zealand tourism. *Current Issues In Tourism*, 5(6), 521-549.
- Collins, A., Medhekar, A., & Şanal, Z. G. (2022). A qualitative analysis of Turkish stakeholders perspective for improving medical tourism. *International Journal of Tourism Research*, 24(3), 487-500.

- Collins, A., Medhekar, A., Wong, H. Y., & Cobanoglu, C. (2019). Factors influencing outbound medical travel from the USA. *Tourism Review*, 74(3), 463-479.
- Congden, S. W., Bertels, H. M., Desplaces, D., & Drew, T. (2024). Space tourism: an industry with a future?. *The CASE Journal*.
- Connell, J. (2006). Medical tourism: Sea, sun, sand and... surgery. *Tourism Management*, 27(6), 1093-1100.
- Connell, J. (2013). Contemporary medical tourism: Conceptualisation, culture and commodification. *Tourism Management*, 34, 1-13.
- Cormany, D., & Baloglu, S. (2011). Medical travel facilitator websites: An exploratory study of web page contents and services offered to the prospective medical tourist. *Tourism Management*, 32(4), 709-716.
- Corporate Wellness Magazine (2024). The 2024 Guide to the Foremost Medical Tourism Countries <https://www.corporatewellnessmagazine.com/article/the-2024-guide-to-the-foremost-medical-tourism-countries>
- Cunningham-Nelson, S., Mukherjee, M., Goncher, A., & Boles, W. (2018). Text analysis in education: a review of selected software packages with an application for analysing students' conceptual understanding. *Australasian Journal of Engineering Education*, 23(1), 25-39.

Daily Sabah. (2024). Türkiye ranks among top 10 health tourism countries globally.

<https://www.dailysabah.com/business/tourism/turkiye-ranks-among-top-10-health-tourism-countries-globally>.

Deb, S. K., Nafi, S. M., & Valeri, M. (2024). Promoting tourism business through digital marketing in the new normal era: a sustainable approach. *European Journal of Innovation Management*, 27(3), 775-799.

Debata, B. R., Patnaik, B., Mahapatra, S. S., & Sree, K. (2015). Interrelations of service quality and service loyalty dimensions in medical tourism: A structural equation modelling approach. *Benchmarking: An International Journal*, 22(1), 18-55.

Delfgaauw, J. (2007). The effect of job satisfaction on job search: not just whether, but also where. *Labour Economics*, 14(3), 299-317.

DePasquale, D., A. C. Charania, and J. R. Olds. 2006. "The Emerging Orbital Space Tourism Industry: New Insight into Demand and Prospects for Success." In *AIAA Space September 2006 Conference*.

Ebrahim, A. H., & Ganguli, S. (2019). A comparative analysis of medical tourism competitiveness of India, Thailand and Singapore. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 67(2), 102-115.

Engstrom, T., Strong, J., Sullivan, C., & Pole, J. D. (2022). A comparison of Leximancer semi-automated content analysis to manual content analysis: A healthcare exemplar using emotive transcripts of COVID-19 hospital staff interactive webcasts. *International Journal of Qualitative Methods*, 21, 16094069221118993.

ESA (European Space Agency) 2008. "Space tourism." www.esa.int/esapub/bulletin/bulletin135/bul135c_galvez.pdf (accessed December 7, 2023).

Eyuboglu, S., & Eyuboglu, K. (2020). Tourism development and economic growth: an asymmetric panel causality test. *Current Issues in Tourism*, 23(6), 659-665.

Figueiredo, N., Abrantes, J. L., & Costa, S. (2024). Mapping the Sustainable Development in Health Tourism: A Systematic Literature Review. *Sustainability*, 16(5), 1901.

Filimonau, V., Ashton, M., & Stankov, U. (2024). Virtual spaces as the future of consumption in tourism, hospitality and events. *Journal of Tourism Futures*, 10(1), 110-115.

Financial Times. (2024). Will space tourism really lift off? <https://www.ft.com/content/4ec9715d-c151-4b91-ba1f-5c9bfb3363f7>

- Fonseca, A. P., Seabra, C., & Silva, C. (2015). Dark tourism: Concepts, typologies and sites. *Journal of Tourism Research & Hospitality*.
- Futron Corporation. 2002. "Space Tourism Market Study: Orbital Space Travel and Destinations with Suborbital space Travel." Bethesda, MD. <http://www.spaceportassociates.com/pdf/tourism.pdf> (accessed December 7, 2023).
- Gabriel-Campos, E., Werner-Masters, K., Cordova-Buiza, F., & Paucar-Caceres, A. (2021). Community eco-tourism in rural Peru: Resilience and adaptive capacities to the Covid-19 pandemic and climate change. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 48, 416-427.
- Ganguli, S., & Ebrahim, A. H. (2017). A qualitative analysis of Singapore's medical tourism competitiveness. *Tourism Management Perspectives*, 21, 74-84.
- Ghosh, T., & Mandal, S. (2019). Medical tourism experience: Conceptualization, scale development, and validation. *Journal of Travel Research*, 58(8), 1288-1301.
- Goh, E., & Wilk, V. (2024). Showcasing Leximancer in tourism and hospitality research: a review of Leximancer-based research published in tourism and hospitality journals during 2014–2020. *Tourism Recreation Research*, 49(5), 1005-1018.

- Guiry, M., & Vequist, D. G. (2011). Traveling abroad for medical care: US medical tourists' expectations and perceptions of service quality. *Health Marketing Quarterly*, 28(3), 253-269.
- Guiry, M., Scott, J. J., & Vequist IV, D. G. (2013). Experienced and potential medical tourists' service quality expectations. *International Journal of Health Care Quality Assurance*, 26(5), 433-446.
- Habibi, A., Mousavi, M., Jamali, S. M., & Ale Ebrahim, N. (2022). A bibliometric study of medical tourism. *Anatolia*, 33(3), 415-425.
- Hadian, M., Jabbari, A., Mousavi, S. H., & Sheikhbardsiri, H. (2021). Medical tourism development: A systematic review of economic aspects. *International Journal of Healthcare Management*, 14(2), 576-582.
- Hakim, L., & Nakagoshi, N. (2014). Ecotourism and Climates changes: the ecolodge contribution in global warming mitigation. *Journal of Tropical Life Science*, 4(1), 26-32.
- Hallikainen, H., Halinen, M., Tervonen, H., Ruusunen, N., & Wang, Y. (2024). Rating with the senses: How sensory encounters are reflected on online review ratings?. *Psychology & Marketing*.
- Harrington, A. 2017. "US State Spaceflight Liability and Immunity Acts in Context" in *Commercial Uses of Space and Space Tourism: Legal and Policy Aspects*,

edited by Jan Wouters, Philip De Man, and Rik Hansen. Cheltenham, UK:
Edward Elgar.

Hartmann, R., Lennon, J., Reynolds, D. P., Rice, A., Rosenbaum, A. T., & Stone, P. R.
(2018). The history of dark tourism. *Journal of Tourism History*, 10(3), 269-295.

Harwood, I. A., Gapp, R., & Stewart, H. (2015). Cross-check for completeness:
Exploring a novel use of Leximancer in a grounded theory study. *The Qualitative
Report*, 20(7), 1029-1045.

Hopkins, L., Labonté, R., Runnels, V., & Packer, C. (2010). Medical tourism today:
what is the state of existing knowledge?. *Journal of Public Health Policy*, 31,
185-198.

Hou, H., & Wu, H. (2021). Tourists' perceptions of green building design and their
intention of staying in green hotel. *Tourism and Hospitality Research*, 21(1),
115-128.

Iliev, D. (2021). Consumption, motivation and experience in dark tourism: A
conceptual and critical analysis. *Tourism Geographies*, 23(5-6), 963-984.

Ingram, C., Themistocleous, C., Rickly, J. M., & McCabe, S. (2021). Marketing
'Literary England' beyond the special interest tourist. *Annals of Tourism
Research Empirical Insights*, 2(2), 100018.

- Jacobson, S. K., & Lopez, A. F. (1994). Biological impacts of ecotourism: tourists and nesting turtles in Tortuguero National Park, Costa Rica. *Wildlife Society Bulletin*, 414-419.
- Junio, M. M. V., Kim, J. H., & Lee, T. J. (2017). Competitiveness attributes of a medical tourism destination: The case of South Korea with importance-performance analysis. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 34(4), 444-460.
- Kaygalak, S., Usta, Ö., & Günlü, E. (2013). Mardin’de turizm gelişimi ile otantik olgusu arasındaki ilişkinin sosyolojik açıdan değerlendirilmesi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 24(2), 237-249.
- Khorsand, R., Rafiee, M., & Kayvanfar, V. (2020). Insights into TripAdvisor's online reviews: The case of Tehran's hotels. *Tourism Management Perspectives*, 34, 100673.
- Kim, M. J., Hall, C. M., Kwon, O., & Sohn, K. (2024). Effects of value-belief-norm theory, ESG, and AI on space tourist behavior for sustainability with three types of space tourism. *Journal of Travel Research*, 63(6), 1395-1410.
- Kizanlikli, M. M., Margazieva, N., Asanova, K., & Gundogdu, I. (2023). An assessment of eco hotel practices and green marketing perceptions: An eco-labelling model proposal for hotels in Kyrgyzstan. *Journal of Cleaner Production*, 420, 138438.

- Kurnaz, H. A., Çeken, H., & Kılıç, B. (2013). Hüzün turizmi katılımcılarının seyahat motivasyonlarının belirlenmesi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 57-73.
- Kwok, L., Xie, K. L., & Richards, T. (2017). Thematic framework of online review research: A systematic analysis of contemporary literature on seven major hospitality and tourism journals. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(1), 307-354.
- Lee, C. K., Olya, H., Ahmad, M. S., Kim, K. H., & Oh, M. J. (2021). Sustainable intelligence, destination social responsibility, and pro-environmental behaviour of visitors: Evidence from an eco-tourism site. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 47, 365-376.
- Lee, J., & Kim, H. B. (2015). Success factors of health tourism: cases of Asian tourism cities. *International Journal of Tourism Cities*, 1(3), 216-233.
- León-Gómez, A., Ruiz-Palomo, D., Fernández-Gámez, M. A., & García-Revilla, M. R. (2021). Sustainable tourism development and economic growth: Bibliometric review and analysis. *Sustainability*, 13(4), 2270.
- Li, H., Du, Y., Xue, T., & Jenkins, C. L. (2023). Chinese medical tourism: review and research agenda. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 24(5), 663-687.

- Liu, Z., & Park, S. (2015). What makes a useful online review? Implication for travel product websites. *Tourism Management, 47*, 140-151.
- Lovelock, B., & Lovelock, K. (2018). “We had a ball... as long as you kept taking your painkillers” just how much tourism is there in medical tourism? Experiences of the patient tourist. *Tourism Management, 69*, 145-154.
- Ma, S. D., Kirilenko, A. P., & Stepchenkova, S. (2020). Special interest tourism is not so special after all: Big data evidence from the 2017 Great American Solar Eclipse. *Tourism Management, 77*, 104021.
- Magano, J., Fraiz-Brea, J. A., & Leite, Â. (2023). Dark tourism, the holocaust, and well-being: A systematic review. *Heliyon, 9*(1).
- Majeed, S., Kim, W. G., & Ryu, K. (2024). Medical tourism and cognitive dissonance: exploring tourist choice behavior, post-choice pre-outcome regret, and visit intention. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism, 25*(3), 514-544.
- Manaf, N. H. A., Hussin, H., Kassim, P. N. J., Alavi, R., & Dahari, Z. (2015). Medical tourism service quality: finally some empirical findings. *Total Quality Management & Business Excellence, 26*(9-10), 1017-1028.
- Mckercher, B., & Chan, A. (2005). How special is special interest tourism?. *Journal of Travel Research, 44*(1), 21-31.

- Medhekar, A., Wong, H. Y., & Hall, J. E. (2020). Health-care providers perspective on value in medical travel to India. *Tourism Review*, 75(4), 717-731.
- Medical Tourism Association. (July 1, 2020). Top 20 destinations worldwide based on the total medical tourism index in 2020 [Graph]. In Statista. Retrieved October 21, 2024, from <https://www.statista.com/statistics/889983/top-medical-tourism-countries-of-destination-by-total-index-rating/>
- Medical tourism market could boom to \$180 billion by 2025. (2022, August 12). Glasgow Research & Consulting. <https://www.consultancy-me.com/news/5350/medical-tourism-market-could-boom-to-180-billion-by-2025> (Erişim Tarihi 22 Ekim 2024).
- Merli, R., Preziosi, M., Acampora, A., Lucchetti, M. C., & Ali, F. (2019). The impact of green practices in coastal tourism: An empirical investigation on an eco-labelled beach club. *International Journal of Hospitality Management*, 77, 471-482.
- Mkwizu, K. H. (2020). Digital marketing and tourism: opportunities for Africa. *International Hospitality Review*, 34(1), 5-12.
- Moghavvemi, S., Mogan, K., & Ghazali, E. M. (2023). The Issue, Challenges and Risk of Post-Surgery Treatment Abroad Among Medical Tourists from Doctors' Perspective. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 1-32.

- Momeni, K., Janati, A., Imani, A., & Khodayari-Zarnaq, R. (2018). Barriers to the development of medical tourism in East Azerbaijan province, Iran: A qualitative study. *Tourism Management, 69*, 307-316.
- Mu, Y., & Nepal, S. (2016). High mountain adventure tourism: Trekkers' perceptions of risk and death in Mt. Everest Region, Nepal. *Asia Pacific Journal of Tourism Research, 21*(5), 500-511.
- Mykletun, R. J. (2018). Adventure tourism in the North—six illustrative cases. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism, 18*(4), 319-329.
- Nair, B. B., & Mohanty, P. P. (2021). Positioning spice tourism as an emerging form of special interest tourism: perspectives and strategies. *Journal of Ethnic Foods, 8*(1), 10.
- Nilashi, M., Abumalloh, R. A., Alghamdi, A., Minaei-Bidgoli, B., Alsulami, A. A., Thanoon, M., ... & Samad, S. (2021). What is the impact of service quality on customers' satisfaction during COVID-19 outbreak? New findings from online reviews analysis. *Telematics and Informatics, 64*, 101693.
- Nilashi, M., Yadegaridehkordi, E., Ibrahim, O., Samad, S., Ahani, A., & Sanzogni, L. (2019). Analysis of travellers' online reviews in social networking sites using fuzzy logic approach. *International Journal of Fuzzy Systems, 21*, 1367-1378.

- Nunkoo, R., Teeroovengadam, V., Ringle, C. M., & Sunnassee, V. (2020). Service quality and customer satisfaction: The moderating effects of hotel star rating. *International Journal of Hospitality Management, 91*, 102414.
- Nyasha, S., Odhiambo, N. M., & Asongu, S. A. (2021). The impact of tourism development on economic growth in Sub-Saharan Africa. *The European Journal of Development Research, 33*, 1514-1535.
- Olya, H. G., & Han, H. (2020). Antecedents of space traveler behavioral intention. *Journal of Travel Research, 59*(3), 528-544.
- Olya, H., & Nia, T. H. (2021). The medical tourism index and behavioral responses of medical travelers: a mixed-method study. *Journal of Travel Research, 60*(4), 779-798.
- Oren, G., & Shani, A. (2012). The Yad Vashem Holocaust Museum: Educational dark tourism in a futuristic form. *Journal of Heritage Tourism, 7*(3), 255-270.
- Ozduran, A., Saydam, M. B., Eluwole, K. K., & Mertens, E. U. (2023). Work-family conflict, subjective well-being, burnout, and their effects on presenteeism. *The Service Industries Journal, 1-27*.
- Park, O. J., Kim, M. G., & Ryu, J. H. (2019). Interface effects of online media on tourists' attitude changes. *Tourism Management Perspectives, 30*, 262-274.

- Parrilla-González, J. A., Murgado-Armenteros, E. M., & Torres-Ruiz, F. J. (2020). Characterization of olive oil tourism as a type of special interest tourism: An analysis from the tourist experience perspective. *Sustainability*, 12(15), 6008.
- Paul, I., & Roy, G. (2023). Tourist's engagement in eco-tourism: A review and research agenda. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 54, 316-328.
- Penn-Edwards, S. (2010). Computer aided phenomenography: the role of Leximancer computer software in phenomenographic investigation. *Qualitative Report*, 15(2), 252-267.
- PJ, S., Singh, K., Kokkranikal, J., Bharadwaj, R., Rai, S., & Antony, J. (2023). Service quality and customer satisfaction in hospitality, leisure, sport and tourism: An assessment of research in web of science. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 24(1), 24-50.
- Pomfret, G. (2021). Family adventure tourism: Towards hedonic and eudaimonic wellbeing. *Tourism Management Perspectives*, 39, 100852.
- Ponte, J., Couto, G., Sousa, Á., Pimentel, P., & Oliveira, A. (2021). Idealizing adventure tourism experiences: Tourists' self-assessment and expectations. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 35, 100379.
- Potts, T. J. (2012). 'Dark tourism' and the 'kitschification' of 9/11. *Tourist Studies*, 12(3), 232-249.

- Qolipour, M., Torabipour, A., Khiavi, F. F., & Malehi, A. S. (2018). Assessing medical tourism services quality using SERVQUAL model: A patient's perspective. *Iranian journal of Public Health*, 47(1), 103.
- Rahman, M. K. (2019). Medical tourism: tourists' perceived services and satisfaction lessons from Malaysian hospitals. *Tourism Review*, 74(3), 739-758.
- Rajasekaram, K., Hewege, C. R., & Perera, C. R. (2022). "Tourists' experience" in dark tourism: a systematic literature review and future research directions. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 27(2), 206-224.
- Ratnasari, R. T., Gunawan, S., Pitchay, A. A., & Mohd Salleh, M. C. (2022). Sustainable medical tourism: Investigating health-care travel in Indonesia and Malaysia. *International Journal of Healthcare Management*, 15(3), 220-229.
- Razzaq, A., Sharif, A., Ahmad, P., & Jermsittiparsert, K. (2021). Asymmetric role of tourism development and technology innovation on carbon dioxide emission reduction in the Chinese economy: Fresh insights from QARDL approach. *Sustainable Development*, 29(1), 176-193.
- Reddy, M. V., Nica, M., & Wilkes, K. (2012). Space tourism: Research recommendations for the future of the industry and perspectives of potential participants. *Tourism Management*, 33(5), 1093-1102.

Retrieved from <https://cdn.adventuretravel.biz/research/2018-Travel-Trends.pdf> (2018).

Rezapouraghdam, H., Saydam, M. B., Altun, O., Roudi, S., & Nosrati, S. (2024). A contemporary systematic literature review of equestrian tourism: emerging advancements and future insights. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*.

Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12-21.

Ritpanitchajchaval, N., Ashton, A. S., & Apollo, M. (2023). Eudaimonic well-being development: Motives driving mountain-based adventure tourism. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 42, 100607.

Rodrigues, H., Brochado, A., Troilo, M., & Mohsin, A. (2017). Mirror, mirror on the wall, who's the fairest of them all? A critical content analysis on medical tourism. *Tourism Management Perspectives*, 24, 16-25.

Rojo-Ramos, J., Vidal-Espinoza, R., Palacios-Cartagena, R. P., Galán-Arroyo, C., Manzano-Redondo, F., Gómez-Campos, R., & Adsuar, J. C. (2021). Adventure tourism in the Spanish population: sociodemographic analysis to improve sustainability. *Sustainability*, 13(4), 1706.

Roy, J., Chatterjee, K., Bandyopadhyay, A., & Kar, S. (2018). Evaluation and selection of medical tourism sites: A rough analytic hierarchy process based multi-

attributive border approximation area comparison approach. *Expert Systems*, 35(1), e12232.

Sadeh, E., & Garkaz, M. (2019). Interpretive structural modeling of quality factors in both medical and hospitality services in the medical tourism industry. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(2), 253-267.

Sag, I., & Zengul, F. D. (2019). Why medical tourists choose Turkey as a medical tourism destination?. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 2(3), 296-306.

Sandberg, D. S. (2017). Medical tourism: An emerging global healthcare industry. *International Journal of Healthcare Management*, 10(4), 281-288.

Sarker, M., Kasem, N., Wong, B. K. M., & Moghavvemi, S. (2022). Conceptualizing essential components affecting health tourism satisfaction in asia: does context matter?. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 23(5), 1107-1135.

Saydam, M. B., & Altun, Ö. (2023). An analysis of British Michelin-starred restaurants: guests' online reviews. *British Food Journal*, 125(11), 4214-4228.

Saydam, M. B., Arici, H. E., & Koseoglu, M. A. (2022). How does the tourism and hospitality industry use artificial intelligence? A review of empirical studies and

future research agenda. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 31(8), 908-936.

Saydam, M. B., Ozturen, A., & Kilic, C. (2022). Cultural heritage tourism in North Cyprus: findings from in-depth interviews with experts. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 14(4), 349-364.

Seow, A. N., Choong, Y. O., Moorthy, K., & Choong, C. K. (2021). Predicting medical tourism behavioural intention using social cognition models. *Tourism Review*, 76(2), 374-391.

Seyfi, S., Hall, C. M., & Rasoolimanesh, S. M. (2020). Exploring memorable cultural tourism experiences. *Journal of Heritage Tourism*, 15(3), 341-357.

Sharma, T., Chen, J. S., Ramos, W. D., & Sharma, A. (2024). Visitors' eco-innovation adoption and green consumption behavior: the case of green hotels. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 36(4), 1005-1024.

Sharpley, R. (2020). Tourism, sustainable development and the theoretical divide: 20 years on. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(11), 1932-1946.

Shasha, Z. T., Geng, Y., Sun, H. P., Musakwa, W., & Sun, L. (2020). Past, current, and future perspectives on eco-tourism: A bibliometric review between 2001 and 2018. *Environmental Science and Pollution Research*, 27, 23514-23528.

- Smith, M., & Puczko, L. (2015). More than a special interest: Defining and determining the demand for health tourism. *Tourism Recreation Research, 40*(2), 205-219.
- Sökmen, S., & Çapa, A. B. (2024). What should the travel industry do as the world becomes more of an office?. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*.
- Soleimani, S., Bruwer, J., Gross, M. J., & Lee, R. (2019). Astro-tourism conceptualisation as special-interest tourism (SIT) field: A phenomenological approach. *Current Issues in Tourism, 22*(18), 2299-2314.
- Sotiriadou, P., Brouwers, J., & Le, T. A. (2014). Choosing a qualitative data analysis tool: A comparison of NVivo and Leximancer. *Annals of Leisure Research, 17*(2), 218-234.
- Sthapit, E., Stone, M. J., & Björk, P. (2024). Sources of value co-creation, co-destruction and co-recovery at Airbnb in the context of the COVID-19 pandemic. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration, 25*(2), 249-276.
- Stone, P. (2013). Dark tourism scholarship: A critical review. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research, 7*(3), 307-318.
- Stone, P. R. (2011). Dark tourism: Towards a new post-disciplinary research agenda. *International Journal of Tourism Anthropology, 1*(3-4), 318-332.

- Stone, P. R., & Grebenar, A. (2022). 'Making Tragic Places': dark tourism, kitsch and the commodification of atrocity. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 20(4), 457-474.
- Streimikiene, D., Svagzdiene, B., Jasinskas, E., & Simanavicius, A. (2021). Sustainable tourism development and competitiveness: The systematic literature review. *Sustainable Development*, 29(1), 259-271.
- Sumant, O., & Shaikh, S. (2017). Medical Tourism Market: Global Opportunity Analysis and Industry Forecast. Allied Market Research, London UK.
https://scholar.google.co.in/scholar?hl=en&as_sdt=0%2C5&q=Sumant%2C+O.%3B+Shaikh%2C+S.+Medical+Tourism+Market%3A+Global+Opportunity+Analysis+and+Industry+Forecast.+2017%E2%80%932023%3B+Allied+Market+Research%3A+London%2C+UK%2C+2017&btnG=
- Taheri, B., Chalmers, D., Wilson, J., & Arshed, N. (2021). Would you really recommend it? Antecedents of word-of-mouth in medical tourism. *Tourism Management*, 83, 104209.
- Tarazona-Montoya, R., Peris-Ortiz, M., & Devece, C. (2020). The value of cluster association for digital marketing in tourism regional development. *Sustainability*, 12(23), 9887.

- Thomas, D. (2018). Technology in mathematics and science distance education: Automated textual analysis of articles and proceedings papers using Leximancer. *The Eurasia Proceedings of Educational and Social Sciences*, 9, 28-35.
- Tiwari, S. (2021). Space tourism: An initiative pushing limits. *Journal of Tourism Leisure and Hospitality*, 3(1), 38-46.
- Tkaczynski, A., Rundle-Thiele, S. R., & Cretchley, J. (2015). A vacationer-driven approach to understand destination image: A Leximancer study. *Journal of Vacation Marketing*, 21(2), 151-162.
- Toivonen, A. (2022). Sustainability dimensions in space tourism: The case of Finland. *Journal of Sustainable Tourism*, 30(9), 2223-2239.
- Torkzadeh, L., Jalilian, H., Zolfagharian, M., Torkzadeh, H., Bakhshi, M., & Khodayari-Zarnaq, R. (2024). Market segmentation in the health tourism industry: A systematic review of approach and criteria. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 16(1), 69-88.
- Travel and Tour World (2024). Why Medical Tourism to the UK is on the Rise: A Closer Look at Top Surgeons! October 21, 2024, from <https://www.travelandtourtworld.com/news/article/why-medical-tourism-to-the-uk-is-on-the-rise-a-closer-look-at-top-surgeons/>

Tseng, C., Wu, B., Morrison, A. M., Zhang, J., & Chen, Y. C. (2015). Travel blogs on China as a destination image formation agent: A qualitative analysis using Leximancer. *Tourism Management*, 46, 347-358.

TÜRSAB Sağlık Turizmi Raporu

http://www.tursab.org.tr/dosya/12186/saglikturizmiraporu_12186_5485299.pdf

, 2014. Erişim Tarihi: 10.111.2023.

Üstün, U. (2022). Türkiye'nin medikal turizmde tercih edilme nedenlerinin medikal turizm endeksi çerçevesinde değerlendirilmesi: Karma bir araştırma.

Virgili, S., Delacour, H., Bornarel, F., & Liarte, S. (2018). 'From the Flames to the Light': 100 years of the commodification of the dark tourist site around the Verdun battlefield. *Annals of Tourism Research*, 68, 61-72.

Wang, Y., & Bramwell, B. (2012). Heritage protection and tourism development priorities in Hangzhou, China: A political economy and governance perspective. *Tourism Management*, 33(4), 988-998.

Weiler, B., & Hall, C. M. (1992). *Special interest tourism* (p. 214pp).

Wen, J., & Wu, M. Y. (2020). How special is special interest tourism—and how special are special interest tourists? A perspective article in a Chinese context. *Current Issues in Tourism*, 23(16), 1968-1972.

- Wilk, V., Soutar, G. N., & Harrigan, P. (2019). Tackling social media data analysis: Comparing and contrasting QSR NVivo and Leximancer. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 22(2), 94-113.
- Wong, B. K. M., & Hazley, S. A. S. A. (2020). The future of health tourism in the industrial revolution 4.0 era. *Journal of Tourism Futures*, 7(2), 267-272.
- World Tourism Organization (UN Tourism). (September 19, 2024). Countries and territories with the highest international tourism receipts worldwide from 2019 to 2023 (in billion U.S. dollars) [Graph]. In Statista. Retrieved October 21, 2024, from <https://www.statista.com/statistics/273125/countries-with-the-highest-tourism-receipts-in-2019/>
- World Travel and Tourism Council (WTTC). (2020). WTTC research reveals global Travel & Tourism sector suffered a loss of almost US\$4.5 trillion in 2020 due to the impact of COVID-19. <https://wttc.org/news-article/global-tandt-sector-suffered-a-loss-of-almost-us4-trillion-in-2020>
- WTTC. (April 5, 2024). Total contribution of travel and tourism to gross domestic product (GDP) worldwide in 2019 and 2023, with a forecast for 2024 and 2034 (in trillion U.S. dollars) [Graph]. In Statista. Retrieved October 21, 2024, from <https://www.statista.com/statistics/233223/travel-and-tourism-total-economic-contribution-worldwide/>

- Xu, Q., Purushothaman, V., Cuomo, R. E., & Mackey, T. K. (2021). A bilingual systematic review of South Korean medical tourism: a need to rethink policy and priorities for public health?. *BMC Public Health*, *21*, 1-17.
- Xu, Y., Zhang, Z., Law, R., & Zhang, Z. (2020). Effects of online reviews and managerial responses from a review manipulation perspective. *Current Issues in Tourism*, *23*(17), 2207-2222.
- Yankovska, G., & Hannam, K. (2014). Dark and toxic tourism in the Chernobyl exclusion zone. *Current Issues in Tourism*, *17*(10), 929-939.
- Yin, J., Chen, Y., & Ji, Y. (2021). Effect of the event strength of the coronavirus disease (COVID-19) on potential online organic agricultural product consumption and rural health tourism opportunities. *Managerial and Decision Economics*, *42*(5), 1156-1171.
- Yılmaz, V., & Aktas, P. (2021). The making of a global medical tourism destination: From state-supported privatisation to state entrepreneurialism in healthcare in Turkey. *Global Social Policy*, *21*(2), 301-318.
- Young, A. P. (2022). Dark tourism and Rwandan media industries: Promoting nation and the mythology of memory. *Tourist Studies*, *22*(4), 311-327.

Zarei, A., Feiz, D., Maleki Minbashrazgah, M., & Maleki, F. (2020). Factors influencing selection of medical tourism destinations: A special niche market. *International Journal of Healthcare Management*, 13, 192-198.

Zhang, W., Qin, Z., & Tang, J. (2022). Economic benefit analysis of medical tourism industry based on markov model. *Journal of Mathematics*, 2022(1), 6401796.