

## Pandemi Dönemi Turizmde Rusya Pazarı ve Türkiye'ye Yönelik Seyahat Planlarında Sağlık Turizmi Boyutu\*

Gülüm Burcu DALKIRAN<sup>1</sup>

Özlem Aladağ BAYRAK<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Dr.Öğr.Üyesi, Trakya Üniversitesi / Edirne Sosyal Bilimler MYO, Turizm ve Otel İşletmeciliği, burcudalkiran@trakya.edu.tr, ORCID:0000-002-7396-8771

<sup>2</sup>Öğr.Gör., Trakya Üniversitesi / Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Sağlık Yönetimi, oabayrak@trakya.edu.tr, ORCID: 0000-002-4631-8271.

**Özet:** Küresel ölçekte yaşanan ve etki alanı büyük olan Covid-19 pandemisi, 2020 yılında fiziksel, sosyal ve ekonomik etkileriyle gündeme oturan dinamik bir sürecin yaşanmasına sebep olmaktadır. Bu süreçte en çok etkilenen sektörlerin başında; ilk kısıtlama getirilen ve yine serbestleşme kapsamında öncelikli olarak değerlendirilen turizm sektörü yer almaktadır. Bu dönemin turizm politikalarına yön veren ve turistlerin destinasyon seçimini etkileyen en önemli unsurlar arasında ise; destinasyonların pandemiye yönelik ulusal düzeydeki sağlık sektörü altyapıları ile oluşturdukları sağlık politikaları öne çıkmaktadır. Bu noktadan hareketle çalışmanın temel amacı Türkiye'nin dış turizmde en önemli pazarlarından olan Rusya'nın pandemi dönemi Türkiye'ye yönelik seyahat niyetlerini ortaya çıkararak; Türk sağlık politikası ve sağlık sistemi üzerine görüşlerini belirlemektir. Bu amaçla; Rus turistlerin pandemi dönemi seyahat planlarını, Türkiye'nin pandemi dönemi politikalarına ve turizm işletmelerindeki uygulamalara yönelik görüşlerini tespit etmek amacıyla oluşturulan anket soruları kullanılmıştır. 2020 Temmuz ve Ağustos aylarında, kartopu örnekleme yoluyla Novgorod şehrinde yaşayan 351 kişiden elde edilen veriler pakete aktararak betimsel analizi yapılmıştır. Ankete katılan kişilerin %52'sinin bu dönem tatillerini kendi ülkelerinde geçirmek planları varken %40'ının Türkiye seyahati planı bulunmaktadır. Türkiye'nin pandemi politikalarına yönelik katılımcıların bilgi düzeylerinin düşük olmasına rağmen, ülkemizde herşey dahil sisteminde bir sağlık hizmeti alma konusunda olumlu görüş ortaya çıkmıştır. Bu araştırmadan elde edilen sonuçlarla, Türkiye'ye gelen yabancı turistlerin başında yer alan Rus vatandaşların Türkiye'ye yönelik sağlık turizmi amaçlı seyahat potansiyelini ortaya çıkarabilmek hedeflenmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Pandemi, Türkiye turizmi, Rus turistler, Sağlık turizmi.

## Russian Market in Pandemic Period Tourism and Dimension of Health Tourism Plans for Turkey

**Abstract:** The Covid-19 pandemic, which is experienced on a global scale and has a large impact area, causes a dynamic process that comes to the fore with its physical, social and economic effects in 2020. One of the most affected sectors in this process is the tourism sector, which is the first restricted and is the first sector considered as a priority in removing restrictions. Among the most important factors that guide the tourism policies of this period and affect the choice of destinations of tourists; the national health sector infrastructures of the destinations and the health policies of the countries are important. From this point on, the main purpose of the study is to determine views of Russia which is the most important tourism market of Turkey's foreign tourism market, on Turkish health policy and health system by revealing their intention to travel to Turkey in pandemic period. For this purpose; a questionnaire created in order to determine Russian tourists pandemic period travel plans, their views on Turkey's application for a pandemic period policies and the tourism business is used. In July and August 2020, descriptive analysis was carried out by transferring the data obtained from 351 people living in Novgorod city through snowball sampling to the package program. Although %52 of the participants have plans about spending their holiday in own countries in this period, %40 of the participants have plans to travel to Turkey. Despite the low level of knowledge of participants for Turkey's pandemic policy, our country has emerged receiving a favorable opinion on the health care system in the all inclusive. With the results obtained from this research, it is aimed to reveal potential travel of Russian citizens located at the beginning of foreign tourists coming to Turkey for health tourism.

**Keywords:** Pandemic, Turkey tourism, Russian tourists, health tourism.

### 1. GİRİŞ

Rusya Federasyonu ve Türkiye yakın coğrafyada yer alan, siyasi ve ekonomik açıdan yakın ilişkileri olan iki ülkedir. Asya ve Avrupa arasındaki coğrafyada

önemli bir yeri olan Rusya Federasyonu; Bağımsız Devletler Topluluğu (BDT) üyesi olan 15 devletten en büyük ve en güçlü olanıdır. Geçmişte Sovyetler Birliği'nin belirleyici ülkesi olması özelliğini günümüzde de çevresindeki ülkeler üzerinde

\* Bu çalışma 2-27 Eylül'de XIV. IBANESS Plovdiv/Bulgaria kongresinde sunulmuş ve özeti kongre kitapçığında yayınlanmış olan bildirinin güncellenmesiyle oluşturulmuştur.

sürdürmektedir. Çevre ülkeler üzerinde siyasi ve ekonomik alanda bir etkiye sahip olan Rusya; uluslararası arenada da güçlü ülkeler arasındadır (Taysumov, 2010). SSCB'nin dağılmasıyla daha iyi bir yapıya kavuşarak dış turizme daha fazla katılan ve nüfus büyüklüğü ile öne çıkan Rusya Federasyonu, Türkiye turizminde de önemli bir konumda yer almaktadır. 2019 yılı verilerine göre Türkiye'yi ziyaret eden yabancı turistler arasında %23,43'lik payı ile Rus turistler ilk sırada yer almaktadır (KTB, 2020).

Türkiye turizmi açısından Rusya pazarı belirli kriz dönemleri dışında birincil pazar olarak yer almıştır. 17.075.400 km<sup>2</sup>'lik yüzölçümü ile dünyanın en geniş ülkesi olan Rusya'nın sahip olduğu nüfus miktarı 143 milyon olup, uluslararası turizm pazarı açısından önemli bir büyüklüktedir (URL 1). Rusya'nın oluşturduğu turizm talebinde %54 ile Akdeniz ülkeleri ilk sırada yer almaktadır (TÜRSAB, 2019). Tatil tercihlerine bakıldığında ise ilk sırada Türkiye (%20,5), ikinci sırada ise Mısır gelmektedir. Rus turistlerin tercih ettiği diğer ülkeler arasında ise Yunanistan, İspanya ve İtalya gibi Akdeniz ülkeleri yer almaktadır (Bayır, 2019).

Türkiye dış turizminde 2000'li yıllardan itibaren Rus turistler %20-25'lik bir paya sahip olmuştur. Seyahatlerin dönemine bakıldığında ise %80'inden fazlasının Mayıs-Eylül döneminde gerçekleşen deniz turizmi odaklı seyahatler olarak mevsimsel özellik taşımaktadır. Seyahatlerin tamamına yakını (%97) hava yolu taşımacılığı ile gerçekleşmekte ve en çok Antalya ve Muğla'daki havalimanları kullanılmaktadır (TÜRSAB, 2019).

Bu çalışmanın amacı; Türkiye turizminde önemli yeri olan Rus vatandaşların küresel bir kriz dönemi olarak nitelendirilen Covid-19 pandemisi döneminde Türkiye'ye yönelik görüşlerini ortaya koyabilmektir. Literatürde Türkiye-Rusya ilişkisini ekonomik, sosyal ve siyasi açıdan inceleyen birçok çalışma olmasına rağmen, dış turizmde talebi oluşturan önemli bir pazar olarak Rus turistlerin sağlık turizmi pazarına yönelik yapılan bir çalışmaya rastlanmamıştır. Kritik bir dönemde Türkiye'ye yönelik seyahat kararlarının ne yönde olacağı, Türk sağlık sistemi ve sağlık turizmine yönelik görüşlerinin sağlık odaklı bir kriz döneminde belirlenebilmesi önceliklidir. Türk turizminde yönelik kitlesel ölçekte seyahat eden önemli bir pazarın kriz anındaki görüşleri, gelecek dönemlerde olası krizlerde sektöre yön verebilecek nitelikteki bilgileri sunabilme açısından önem taşımaktadır.

## 2. ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ

### 2.1. Araştırmanın Amacı Ve Önemi

Bu araştırmanın amacı; Rus turistlerin pandemi dönemi Türkiye'ye yönelik seyahat niyetlerini ortaya çıkararak; Türk sağlık politikası ve sağlık sistemi üzerine görüşlerini belirlemektir. Bu şekilde elde edilecek sonuçlarla, halihazırda Türkiye'ye gelen yabancı turistlerin başında yer alan Rus vatandaşların Türkiye'ye yönelik sağlık turizmi amaçlı seyahat potansiyelini ortaya çıkarabilmek hedeflenmektedir.

İçinde bulunduğumuz zamanda tüm dünyada yaşanan ve küresel boyutta gerçekleşen ilk salgın olan Covid-19 pandemisi fiziksel, sosyal ve ekonomik etkileriyle gündeme oturmuş en önemli durumdur. Bu durumun henüz sonlanmamış olması ve gelecekteki etkilerinin de belirsizliği göz önüne alındığında; her ülke açısından etkin bir kriz yönetimini devreye sokmak en önemli ihtiyaçtır. Pandemi döneminde en çok etkilenen sektörlerin başında turizm sektörü yer almaktadır. İlk kısıtlama ve yasaklama getirilen seyahat faaliyetleri, yine ilk serbestleştirme kapsamına alınan ve desteklenen faaliyetlerden olmuştur. Türkiye de bu sürecin sağlık politikaları kısmında etkin ve hızlı karar alma mekanizma geliştirmiş ve sağlık sektörü altyapısının da faydasını görerek kontrol edilebilir bir normalleşme sürecine adım atmıştır. Bu noktada özellikle turizm sektörü açısından pandemi öncesi dönemde en önemli pazarımız olan Rusya'nın, Türkiye'ye yönelik seyahatlere ilişkin alacağı resmi kararlar ve tavsiyeler dışında Rus vatandaşların bireysel tatil planlamalarında Türkiye'ye yönelik görüşleri de önem taşımaktadır. İki ülke arasındaki turizm sektörü ilişkisinin farklı alternatif pazarlarda nasıl yer bulacağını planlamak ise stratejik öneme sahiptir. Sağlık turizmi sektörü bu alternatif pazarların başında yer alabilecek ve turizm hareketlerini yönlendirebilecek en önemli sektörler arasında yer almaktadır.

### 2.2. Araştırmanın Evren Ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini Rusya'da yaşayan ve seyahat engeli olmayan yetişkin insanlar oluşturmaktadır. Ancak evrenin büyük olması ve evrene ait üyelerin kesin olarak belirlenememesi sebepleriyle tesadüfi olmayan örnekleme tekniklerinden 'kartopu örnekleme' tekniği örnekleme tekniği olarak seçilmiştir. Bu teknikte ilk adım evrene üye birisiyle kurulacak ilk temastır. Daha sonra temas kurulan kişinin yardımıyla bir başkasıyla ve daha sonra yine aynı şekilde bir başkasıyla daha temas kurulabilmektedir. Bu şekilde büyüyen bir kartopu gibi ulaşılan kişi sayısı da artmaktadır (İslamoğlu, 2011). Çalışmada ulaşılan ilk kişiler Trakya Üniversitesi'nde lisansüstü eğitim alan Rus

öğrencilerin Novgorod şehrinde yaşayan aileleridir. Örneklem tekniğinin en önemli eleştirisi; temsil gücünün düşük olabileceği üzerinedir. Çünkü ilk temas kurulan kişilerin genellikle kendileriyle aynı özelliklere sahip kişilere ulaşabilme ihtimalinin yüksek olmasıdır. Ancak bu çalışmada yer alan demografik özelliklere yönelik sorular değerlendirildiğinde; anketi cevaplayıcıların farklı özelliklere sahip oldukları görülmüştür (Çoşkun, Altunışık ve Yıldırım; 2017).

### 2.3. Araştırmanın Yöntemi

Konuyu ele alış biçimine göre tanımlayıcı (betimleyici) araştırma deseninde oluşturulmuş ve nicel veri toplama aracı olarak anket formu kullanılmıştır. Anket formu Rusça diline çevrilerek 20 kişi ile ön değerlendirme yapılarak formun anlaşılabilirliği test edilmiştir. Anket formları WhatsApp uygulaması aracılığıyla internet ortamında paylaşılarak veri toplanmıştır. Seyahat yasakları ve Covid-19 pandemisi sebebiyle internet ortamında anketlerin yapılması planlanmıştır. 2020 Temmuz ve Ağustos aylarında değerlendirmeye alınan 351 anket formu ile tamamlanan veri toplama süreci sonunda paket programa aktarılan veriler tablolar halinde düzenlenmiştir. Anket formunu oluşturan sorularda asıl amaçlanan Rus turistlerin Türkiye'ye yönelik seyahat planları ve pandemi mücadelesine yönelik görüşlerini ortaya

çıkartmak olduğu için sorular mümkün olduğunca az sayıda ve kısa olacak şekilde belirlenmiştir.

Türkiye dış aktif turizmde ilk sırada olan Rusların, pandemi dönemi seyahatlerinde Türkiye'ye ve sağlık sistemine yönelik algılarını ortaya çıkarmak amacıyla hazırlanan anket formu oluşturulurken kullanılan araştırma soruları aşağıda sıralanmaktadır:

- Ruslar bu yaz tatile çıkacak mı? Çıkacaklarsa yurt içinde mi yoksa yurtdışında mı olmayı isterler?
- Türkiye'ye yönelik seyahat deneyimleri var mı? Bu sezon için ülkemize yönelik planları var mı?
- Rus vatandaşların Covid-19 pandemisiyle mücadelede Türkiye'ye yönelik bilgileri var mı?
- Ülkemizde tatil sırasında veya tatilden bağımsız sağlık hizmeti almak isterler mi?
- Türkiye sağlık sistemine yönelik görüşleri ne yöndedir?
- Türkiye'ye yönelik sağlık turizmi taleplerini etkileyen unsurlar nelerdir?

### 3. ARAŞTIRMA BULGULARI

Araştırma kapsamında değerlendirmeye alınan 351 Rusya vatandaşının anket uygulamasına verdikleri yanıtlar tablolar halinde sunulmaktadır.

Tablo 1: Katılımcıların Demografik Özelliklerine Göre Dağılımı

Yaş	Sayı	%
18-25	22	6,3
26-35	57	16,2
36-45	103	29,3
46-55	113	32,2
56 yaş ve üzeri	56	16,0
<b>Toplam</b>	<b>351</b>	<b>100,0</b>
Cinsiyet	Sayı	%
Kadın	288	82,1
Erkek	63	17,9
<b>Toplam</b>	<b>351</b>	<b>100,0</b>
Medeni Durum	Sayı	%
Evli	251	71,5
Bekar	54	15,4
Dul/Boşanmış	46	13,1
<b>Toplam</b>	<b>351</b>	<b>100,0</b>
Çocuk Sayısı	Sayı	%
1	117	33,3

2	99	28,2
3	28	8,0
4	12	3,4
Yok	95	27,1
<b>Toplam</b>	<b>351</b>	<b>100,0</b>
<b>Mesleğiniz/çalıştığınız sektör</b>	<b>Sayı</b>	<b>%</b>
Özel sektör çalışanı	96	27,4
Küçük işletme sahibi	70	20,5
Devlet Memuru	63	17,9
İşsiz	42	12,0
Emekli	40	11,4
Akademisyen	26	7,4
Öğrenci	12	3,4
<b>Toplam</b>	<b>351</b>	<b>100,0</b>
<b>Gelir Durumunuz</b>	<b>Sayı</b>	<b>%</b>
Gelir gidere dengeli	206	58,7
Gelir giderden az	118	33,6
Gelir giderden fazla	27	7,7
<b>Toplam</b>	<b>351</b>	<b>100,0</b>

Araştırma kapsamında anketi cevaplayanların demografik özellikleri Tablo 1’de yer almaktadır. %82,1 ile kadın olan cevaplayıcıların %71,5’inin evli olduğu ve çoğunlukla 1 ya da 2 çocuk sahibi oldukları görülmektedir. Katılımcıların yaş gruplarına bakıldığında ilk sırada 46-55 yaş arasındakiler (%32,2) ve ikinci sırada ise 36-45 yaş arasındakiler (%29,3) yer almaktadır. Mesleki dağılıma göre ise çeşitliliğin olduğu görülmektedir. Buna göre; özel sektör çalışanları (%27,4), küçük işletme sahipleri

(%20,5) ve devlet memurları (%17,9) ilk sıralarda yer almaktadırlar.

Katılımcıların gelir durumlarını rakamsal olarak değil, giderlerine oranlayarak yanıtlamaları istenmiştir. Buna göre % 58,7’si gelirlerinin giderlerine dengeli olduğu yanıtı alınmıştır. %33,6’sı ise gelirinin giderlerinden az olduğunu belirtmişlerdir.

Tablo 2: Katılımcıların Türkiye Ziyaretlerine İlişkin Durumları

<b>Daha Önce Türkiye’ye Gelme Durumu</b>	<b>Sayı</b>	<b>%</b>
Evet	215	61,3
Hayır	136	38,7
<b>Toplam</b>	<b>351</b>	<b>100,0</b>
<b>Gelmeme Sebebi</b>	<b>Sayı</b>	<b>%</b>
Maddi imkansızlık	72	52,9
Herhangi bir işim/ isteğim olmadı	44	32,4
Rus vatandaşların yoğun olarak tercih ettikleri yerlerde onlarla birlikte zaman geçirmek istemediğim için	15	11,0
Güven eksikliği	5	3,7
<b>Toplam</b>	<b>136</b>	<b>100,0</b>

Ziyaret Edenlerin Geliş Amacı	Sayı	%
Tatil amaçlı	175	81,4
İş amaçlı	35	15,8
Diğer	6	2,8
<b>Toplam</b>	<b>215</b>	<b>100,0</b>

  

Ziyaret Edenlerin Geliş Sayısı	Sayı	%
1-2 kez	116	54,0
3-4 kez	49	22,8
5 ve daha fazla	50	23,3
<b>Toplam</b>	<b>215</b>	<b>100,0</b>

Tablo 2’de anketi cevaplayan Rus vatandaşların Türkiye’yi daha önce ziyaret edip etmedikleri ve verdikleri cevabın nedeni gösterilmektedir. Buna göre katılımcıların %61,3’ünün Türkiye’yi ziyaret ettiği görülmektedir. Ziyaret edenlerin ziyaret sebeplerine göre dağılımlarına bakıldığında ise %81,4 ile tatil amacı ilk sırada yer almaktadır. Tatil amaçlı gelenleri ise %15,8 ile iş ziyaretleri takip etmektedir. Türkiye’ye geliş sıklığında ise %54 ile

116 kişinin 1-2 kez ziyaret etmesi çoğunluktadır. Daha önce Türkiye’yi ziyaret etmemiş katılımcıların da buna sebep olarak ilk sırada maddi imkansızlığı gösterdikleri (%52,9), Türkiye ziyaretine yönelik bir işinin ya da isteğinin olmadığını belirtenler ise ikinci sırada yer almaktadır. Ayrıca Rusların yoğun olarak tatil yaptıkları destinasyonları tercih etmeyenlerin oranı da %11’dir.

Tablo 3: Katılımcıların Tatile Çıkma Planları

	Sayı	%
Tatile çıkmayı düşünüyorum	125	35,6
Tatile çıkmayı düşünmüyorum	133	37,9
Kararsızım	93	26,5
<b>Toplam</b>	<b>351</b>	<b>100,0</b>

Ankete katılanların pandemi döneminde tatile çıkma planlarına bakıldığında olumlu ve olumsuz cevap verenlerin birbirine oran olarak yakın olduğu görülmektedir. Dinamik bir süreç olan pandemi döneminde anlık gelişmelerin tatil planlamalarını değiştirebileceği göz önünde bulundurulduğunda;

her türlü gelişmenin kararlara etkili olabileceği düşünülmektedir. Katılımcıların anketi cevapladıkları zamanda %35,6’sı tatile çıkma düşüncesinin olduğu, %37,9’unun da olmadığı görülmektedir. Kararsız olanların oranı ise %26’5 ile 93 kişiden oluşmaktadır.

Tablo 4: Katılımcıların Pandemi Dönemi Tatil Yapmayı Planladıkları Yer

	Sayı	%
Kendi ülkemde	65	52,0
Türkiye’de	50	40,0
Başka bir ülkede	10	8,0
<b>Toplam</b>	<b>125</b>	<b>100,0</b>

Katılımcıların pandemi dönemi sonlanmamışken tatil planlarına yönelik verdikleri cevaplar Tablo 4’te yer almaktadır. Tatile çıkmayı düşünenlerin cevap verdiği bu soruya verilen cevaplar arasında ilk sırada

kendi ülkelerindeki tatil planı yer almaktadır. Türkiye’de tatil yapmayı planlayanların oranı %40’tır. Türkiye dışında başka bir ülkede tatil planı olanlar ise %8 ile 10 kişiden oluşmaktadır.

Tablo 5: Katılımcıların Türkiye'nin Pandemi Mücadelesi Hakkında Bilgi Sahibi Olma Durumu

	Sayı	%
Hayır (bilgim yok)	248	70,7
Evet (bilgim var)	103	29,3
Toplam	351	100,0

Araştırma kapsamında katılımcılara Türkiye'nin pandemi mücadelesine yönelik bilgi sahibi olup olmadıkları sorulduğunda %70,7'sinin 'hayır' cevabı

verdiği görülmüştür. Bilgi sahibi olanlar ise 103 kişi olup %29,3 oranındadırlar.

Tablo 6: Katılımcıların Türkiye'nin Pandemi Mücadelesinin Başarısına Yönelik Görüşleri

	Sayı	%
Başarılı	45	43,7
Başarısız	25	24,3
Kararsızım	33	32,0
Toplam	103	100,0

Tablo-5'te yer alan Türkiye'nin pandemi mücadelesi hakkında bilgi sahibi olanların, Tablo 6'da mücadele politikasına yönelik değerlendirmelerine bakıldığında %43,7'sinin başarılı buldukları,

%24,3'ünün ise başarısız buldukları ortaya çıkmıştır. Bu konuda kararsız olanlar ise %32 ile 33 kişiden oluşmaktadır.

Tablo 7: Katılımcıların Türkiye'deki Acil Sağlık Hizmetlerine Yönelik Görüşleri

	Sayı	%
İyi bir hizmet alacağımı düşünürüm	130	37,0
İyi bir hizmet alacağımı düşünmem	36	10,3
Kararsızım	185	52,7
Toplam	351	100,0

Türkiye'de acil sağlık hizmetlerine yönelik araştırmaya katılan Rusya vatandaşlarının görüşleri Tablo 7'de yer almaktadır. Türkiye'de acil sağlık

alanında iyi bir hizmet alacağını düşünenlerin oranı %37'dir. Bu konuda kararsız olanlar ise çoğunlukta olup 185 kişiden oluşmaktadır.

Tablo 8: Katılımcıların Türkiye'ye Tedavi Amaçlı Gelmeye Yönelik Görüşleri

	Sayı	%
Türkiye'ye tedavi amaçlı gelmek istemem	200	57,0
Türkiye'ye tedavi amaçlı gelebilirim	99	28,2
Kararsızım	52	14,8
Toplam	351	100,0

Tablo 8’de Rusya’dan Türkiye’ye yönelik sağlık turizmine yönelik katılımcıların görüşleri yer almaktadır. Türkiye’ye tedavi amaçlı gelmek niyetine yönelik verilen yanıtlarda 200 kişi (%57)

‘gelmek istemem’ yönünde görüş bildirmiştir. Gelmek isteyenlerin oranı ise %28,2 ile 99 kişiden oluşmaktadır. Kararsızların oranı da %14,8’dir.

Tablo 9: Türkiye’ye Tedavi Amaçlı Gelmek İstememe Sebepleri

	Sayı	%
Kendi ülkemde hizmet almak isteği	112	56,0
Sağlık hizmeti süreci hakkında bilgi sahibi olmamak	30	15,0
Maddi imkanların elvermemesi	29	14,5
Türkiye dışında başka bir ülkede tedavi olma isteği	18	9,0
Sigortanın karşılamaması	11	5,5
Toplam	200	100,0

Tablo 8’de yer alan Türkiye’ye sağlık turizmi amaçlı gelmek konusunda olumsuz görüş bildirenlerin, gelmek istememe sebepleri sorulmuş ve yanıtlar Tablo 9’da gösterilmiştir. Buna göre Türkiye’ye tedavi olmak amacıyla gelmek istememelerinin ilk sıradaki sebebi olarak kendi ülkelerinde yani Rusya’da tedavi olmak isteği yer almıştır. Bunu

sırasıyla Türkiye’deki sağlık hizmeti sürecinden haberdar olmamak (%15), Maddi imkanların elvermemesi (%14,5), tedavi sürecini Türkiye dışında başka bir ülkede geçirmek (%9) ve sigortalarının Türkiye’de tedavi masrafını karşılamaması (%5,5) takip etmektedir.

Tablo 10: Türkiye’ye Tedavi Amaçlı Gelebilmeme Sebepleri

	Sayı	%
Fiyat - kalite avantajının olduğunu düşünüyorum	46	46,5
Sağlık sistemine güveniyorum	32	32,3
Hem tatil yapıp hem de tedavi olabiliyorum	19	19,2
Toplam	99	100,0

Tablo 8’de yer alan Türkiye’de tedavi olma isteğinde olan 99 kişiye, bu görüşlerinin sebebi sorulmuş ve alınan yanıtlar Tablo 10’da sıralanmıştır. Buna göre Türkiye’ye yönelik sağlık turizmine katılma konusunda olumlu görüş bildirenlerin sebepleri; Türkiye’deki sağlık hizmetinin kalitesine göre fiyatlandırmasının avantajlı olması (%46,5), Türkiye sağlık sistemine güvenmeleri (%32,3), hem tatil yapıp hem de sağlık hizmeti alma imkanlarının olması (%19,2) şeklinde sıralanmaktadır.

#### 4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Türkiye ve Rusya’nın ticari ilişkilerinin kuvvetli olması, coğrafi yakınlıkları ve iki ülke arasındaki seyahat kolaylıkları gibi sebepler turizm sektörüne de olumlu yansıyan faktörlerdir. Türkiye’nin en önemli pazarları arasında yer alan Rusya hem dış turizmimizde ilk sıralarda yer almakta hem de dış

turizm gelirimize önemli katkısı yapmaktadır. Ancak turizm hareketlerinin daha çok deniz turizmine yönelik olarak belirli dönemlerde yoğunlaşması ve turizm talebinin birçok unsurdan etkilenen kırılğan yapısı sebebiyle ilişkilerin alternatif pazarlara yönlendirilmesi gerektiği açıktır. Bu noktadan hareketle özellikle pandemi döneminde, en önemli turizm pazarlarımız arasında yer alan Rusya’nın alternatif turizm türlerinden sağlık turizmine yönelik bakış açısı önem taşımaktadır. Araştırma kapsamında yer alan katılımcıların Türkiye sağlık turizmi pazarına yönelik yeterli bilgiye sahip olmadıkları tespit edilmiştir. Türkiye’de sağlık sistemi ve sağlık turizmi olanaklarını fiyat-kalite yönünden değerlendirenlerin oranı düşük olduğu diğer bir önemli sonuçtur.

Rus turistlerin en çok tercih ettikleri ülkeler arasında yer alan Türkiye’ye ve sağlık sistemine yönelik görüşlerinin tespit edilerek farklı pazarlama

stratejilerinin uygulanabilmesi ile iki ülke arasındaki siyasi krizlerin turizmi etkileme oranını azaltılabilecektir. Bu noktada Rusya'da bulunan tur operatörü ve acentelere yönelik sağlık turizmi pazarının tanıtımı yapılmalı ve ikili anlaşmalarla dört mevsim turizm hareketi devam etmelidir. Ekonomik açıdan bakıldığında deniz turizmine yönelik talebin esnekliği, sağlık turizmi talebine göre daha yüksek olabilmektedir. Çünkü sağlık harcaması bir zorunluluktur ve sağlıklı olma hedefi tüm insanların önceliğindedir.

Rusya pazarında Türkiye'ye yönelik sağlık turizmi talebini etkilemede birçok farklı araçtan faydalanabilmek mümkündür. Bunlar arasında Rusya'da acenteler aracılığıyla tatil satın alan turistlere Türkiye sağlık turizmi pazarını tanıtıcı materyaller kullanarak tanıtmak ve satın alma sürecinde oluşturulan kombine paketleri alternatif olarak sunabilmek gibi faaliyetler sıralanabilmektedir. Tatile gelenlerin hem tatil yapma hem de tedavi olabilmelerine ilişkin sağlık turizmi aracı kurumlarının devreye girmesi önem arz etmektedir. Türk sağlık turizmi aracı kurumlarının Rusya pazarında bu konuda şubeleşerek faaliyet göstermeleri tanıtım, satış ve organizasyon faaliyetlerini yerine getirmeyi kolaylaştırabilecektir. Benzer şekilde Türkiye'ye gelmiş olan Rus turistlerin, en çok ziyaret ettikleri bölgelerde tanıtım ofisleri kurulması ile halihazırda gelmiş olanların sağlık işletmelerine yönlendirilmeleri

yapılabilecektir. Yeni medya kanalları da tanıtım ve organizasyon amaçlı aracı kurumlara benzer faaliyetleri yönlendirebilecektir. Özellikle sağlık turizmi aracı kurumlarının Rusça web sitesi tasarımını yapmaları ve sosyal medya kanallarının yine Rusça dilinde yönetilmesi iletişimi kolaylaştırabilecek önemli unsurlardandır.

#### KAYNAKÇA

- Bayır, M. (2019). Rusya'nın Türkiye'ye Yönelik Turizm Talebi: ARDL Sınır Testi Yaklaşımı, Manisa Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F Yönetim ve Ekonomi Dergisi, 26(1):239-261.
- Çoşkun, R, Altunışık, R. & Yıldırım, E. (2017). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri, 9. Baskı, Sakarya Yayıncılık, Sakarya.
- İslamoğlu, A.H. (2011). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri, 2. Baskı, Beta Yayıncılık, İstanbul.
- Oğurlu, Y. & Saetgaraev, A. (2006). Rusya Federasyonu İdare Hukukunda Temel Kavramlar ve Yaklaşımlar, İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 5(10):147-161.
- Taysumov, D. (2010). Türkiye Rusya Arasında Tatil Turizmi: Rus Turistlerin Türkiye'yi Tercih Etme Nedenlerine İlişkin Bir Araştırma, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İzmir.
- TÜRSAB (2019). Rusya Turizm Pazarı Raporu Mart 2019, Türkiye Seyahat Acentaları Birliği, Ankara.
- URL 1. Rusya Hakkında Genel Bilgiler <https://rusyada.net/rusya/> Erişim. 20.12.2020. KTB-Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı (2020). Turizm İstatistikleri, <https://www.ktb.gov.tr/TR-96268/turizm.html> Erişim 01.12.2020.