



Türkiye Sağlık Turizm Sektörünün Analizi ve Strateji Önerileri¹

*Strategic Analysis of Medical Tourism in Turkey and Strategy
Recommendations*

Mehmet BARCA

Yıldırım Beyazıt
Üniversitesi, İşletme
Fakültesi, Çankaya,
Ankara, Türkiye

barcamehmet@gmail.com

Erdal AKDEVE

Yıldırım Beyazıt
Üniversitesi, İşletme
Fakültesi, Çankaya,
Ankara, Türkiye

erdal.akdeve@ybu.edu.tr

İklim GEDİK BALAY

Yıldırım Beyazıt
Üniversitesi, İşletme
Fakültesi, Çankaya,
Ankara, Türkiye

igbalabay@ybu.edu.tr

Özet

Bu çalışma, Türkiye'nin sağlık turizmindeki mevcut durumunu veriler ışığında tespit etmeyi, gelişmeleri değerlendirmeyi ve gelecekte yapılması gereken stratejik çalışmalar konusunda önerilerde bulunmayı amaçlamaktadır. Sağlık Bakanlığı tarafından resmi kanallarla İl Sağlık Müdürlüklerinden (kamu ve özel hastanelerden) 2011 yılına ait toplanan veriler analiz edilerek (kamu-özel oranı, sağlık turisti-turistin sağlığı ayırımı, hizmet alınan brans, gelinen ülke vs.) sağlık turizmi bakımından Türkiye'nin bir yıllık fotoğrafı ortaya konulmuştur. Ayrıca, dünya ve Türkiye'deki gelişmeler ışığında Türkiye'nin sağlık turizmi konusunda gelecekte neler yapması gerektiğine ilişkin stratejik değerlendirme ve önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Sağlık Turizmi, Strateji, Rekabet, Türkiye

Abstract

This study is to identify the current state of health tourism in Turkey, to assess the developments, and to advise on strategic studies future developments in the assessment and aims to advice on strategic studies to be done in the future. An annual picture of Turkey in terms of health tourism is put forward by analyzing data (public-private rate, the separation of health tourists, health-tourists, the service industry, country of origin, etc.) for 2011 collected official channels from Provincial Health Directorates of the Ministry of Health (about public and private hospitals). Furthermore, strategic assessments and recommendations on the need for the future regarding medical tourism in Turkey are made in the light of developments in the World and Turkey.

Keywords: Medical Tourism, Strategy, Competition, Turkey

¹Bu makaledeki veriler, Yıldırım Beyazıt Üniversitesi-Küme Akademisi ve Rekabet Araştırmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi tarafından Sağlık Bakanlığı için hazırlanan Analiz ve Değerlendirme Raporu'ndan alınmıştır.

1. Giriş

Sağlık turizminin gelişimi, tıptaki gelişmelere bağlı olarak ortaya çıkmıştır (Connel, 2006). Bu doğrultuda, tıbbın ve turizmin bir araya geldiği ve bütünleştiği bir alandır. Tıp ve teknoloji gelişmekte olan ülkelerde henüz yeterince gelişmemişken, gelişmekte olan ve az gelişmiş ülkelerden maddi durumu yeterli olan hastaların gelişmiş ülkelere tedavi amacıyla gitmesi gözlenen bir durumdur. Ancak son yıllarda başta Türkiye olmak üzere birçok ülke kendini tıp alanında gelişmiş ülkelerle rekabet edebilecek seviyeye getirdikleri için ve tedavi ücretleri gelişmiş ülkelere oranla daha düşük olduğundan dolayı sağlık turizminin rotası ters yönde değişmeye başlamıştır.

Gözlenen görece bu yeni durumun gelişmekte olan ülkelerin sağlık hizmeti ihracı için önemli bir fırsata işaret ettiğinden kuşku yoktur. Bu bağlamda, sağlık ihracatından daha büyük pay alabilmek için ülkeler rekabet stratejileri, iş modelleri, yasal düzenlemeler ve altyapı yatırımları yapmaktadırlar. Kamu ve özel sektörün yoğun ilgisine konu olan söz konusu ticari yönünün yanı sıra, bilimsel açıdan da araştırmalara konu edilebilecek yeni bir eğilimden söz etmek olanaklı görünmektedir. Bilimsel araştırmalara konu edilmesinin yeni olduğu sağlık turizmi alanında henüz ileri araştırmalar gerçekleştirilememiştir. Bunun temel nedeni, yeni olması nedeniyle araştırmalarda kullanılabilecek veri birikiminin yeterli olmaması ve uluslararası yönünün ağır basmasından kaynaklanan sorunlardır. Bundan dolayı, şimdiye kadar yapılan çalışmalar tanımlayıcı düzeyde kalmışlardır. Bu bağlamda, eldeki çalışmanın amacı da, Türkiye'deki sağlık turizminin mevcut durumunun tespitini yapmak ve gelecek yönelimini değerlendirmektir. Diğer bir ifade ile bu çalışma ile sağlık turizminin bir alt kolu olan medikal turizmin Türkiye'deki genel bir fotoğrafı ortaya konduktan sonra, bu tespitlerin ve dünyadaki gelişmelerin ışığında Türkiye'deki medikal turizminin daha rekabetçi bir şekilde konumlandırılması için strateji önerilerinde bulunulmaktadır. Bu çalışmanın amacı kapsamında mevcut durum tespiti açısından şu çalışmalar yapılacaktır:

- Türkiye'ye gelen medikal turizmi hastalarının özel ve kamu hastanelerine göre dağılımını belirlemek.
- Türkiye'ye gelen medikal turizmi hastalarının hangi branşlarda, hangi hastaneleri tercih ettiklerini saptamak.
- Medikal turizmi kapsamında, Türkiye'de hangi illerin ve hangi tür hastanelerin öncelikli olduğunu tespit etmek.
- Elde edilen verilere göre Medikal Turizmi analizlerini yapmak.
- Türkiye'yi medikal turizmi alanında hangi ülkelerin tercih ettiğini tespit ederek pazar oluşturmaya yönelik değerlendirmelerde bulunmak.

Ayrıca bu çalışma, Türkiye'nin medikalturizmdeki mevcut durumunu tanımlayıp daha rekabetçi bir düzeye çıkartılması ile ilgili stratejik değerlendirme ve öneriler sunmaktadır. Stratejik değerlendirme, Türkiye'nin medikalturizmdeki mevcut durumunu GZFT (güçlü yanlar, zayıf yanlar, fırsatlar, tehditler) analizi çerçevesinde yapılacaktır. GZFT analizi, daha sonra geliştirilmesi düşünülen politika belgelerine temel oluşturacak biçimde Türkiye'nin medikal turizmdeki durumunu dengeli (hem güçlü hem zayıf; hem fırsat hem tehdit açılarından) bir değerlendirmeye imkan sağlayacaktır. Stratejik öneriler ise, stratejik yönetim alanında rekabet stratejilerini geliştirmeye yönelik yaklaşımlardan (pozisyon yaklaşımı, kaynaklara dayalı yaklaşım, kar bölgesi yaklaşımı ve mavi okyanus yaklaşımı) yararlanarak yapılacaktır.

Hem Türkiye’de medikal turizmdeki hareketliliğe ait birincil verilere dayalı bulgular hem de dünyadaki gelişmeler ve GZFT analizine ilişkin değerlendirmeler internet, kütüphane, YÖK Dokümantasyon Merkezi, Dünya Sağlık Örgütü gibi çeşitli kaynaklardan elde edilen bilgilerin ışığında yorumlanmıştır. Türkiye’de medikal turizmdeki hareketliliğe ilişkin ilk rapor çalışması 2011 yılında yapılmıştır.² 2010 yılına ilişkin verilere dayanan söz konusu çalışma durumu rakamsal olarak ortaya koymak ile sınırlı kalmıştır. Bu çalışma 2011 verilerinden hareket ile bir durum tespiti yapma, önceki yıl ile karşılaştırmalar yaparak önemli değişimleri tespit etme ve Türkiye’nin medikal turizm alanında rekabetçi üstünlük konumu elde edebilmesi için stratejik önerilerde bulunma yoluna gidilecektir.

Bu çalışmada Sağlık Bakanlığı tarafından sağlanan verilerin analiz ve değerlendirmesini gerçekleştirilecektir. Bu çalışma kapsamındaki analiz ve değerlendirmesi yapılan birincil veri niteliğindeki bilgiler şu şekilde elde edilmiştir:

• Sağlık Bakanlığı tarafından 81 İl Sağlık Müdürlüklerine gönderilen 16 Ocak 2012 tarih ve 2082 sayılı resmi yazı ile illerdeki tüm kamu ve özel hastanelerinden “medikal turizm” ve “turistin sağlığı” iki ana başlık altında talep edilen veri ve bilgiler.

• Sağlık Bakanlığı Sağlık Turizmi Daire Başkanlığı’na ait “Yabancı Uyruklu Hasta Takip Sistemi” web portalındaki 81 ilin tüm hastanelerince kaydedilen hasta bilgilerini yayınlayan aylık raporlar.

Bu çalışmanın önemli iki kısıktı bulunmaktadır. Sağlık Bakanlığı medikal turizm hareketliliğine ilişkin bütün verileri sağlayamamaktadır. Dolayısıyla çalışmada Bakanlık veri tabanında bulunmayan küçük ölçekli sağlık kuruluşlarına ilişkin veri ve ülkedeki kayıt altına alınmayan medikal turistler ile ilgili veri değerlendirme dışında bırakılmıştır. Diğer yandan, Bakanlık ancak son yıllarda (2010 sonrası) veri toplama yoluna gitmiştir. Sadece iki yıllık veri mevcut olduğu için daha ileri analizler (eğilim analizi, faktör analizi, vb.) yapma yoluna gidilememiştir. Bununla birlikte, daha sonra yapılacak ileri araştırmalara temel oluşturması bakımından bu çalışmanın hem durum tespiti hem de stratejik değerlendirme ve öneriler bakımından önemli katkılar sunması amaçlanmaktadır.

2. Kuramsal Arkaplan: Sağlık Turizminin Tanımı ve Kapsamı

Sağlık turizmi, genel olarak cerrahi veya özel uzmanlık gerektiren diğer tıbbi müdahaleleri içeren uygulamalara ihtiyaç gösteren hastalara “maliyet etkin” özel tıbbi bakım verilmesi amacıyla turizm endüstrisi ile işbirliği yapılmasıdır. Sağlık turizmi, hastaların acil sağlık hizmetini ya da seçtikleri bir sağlık hizmetini farklı ülkelerden alması olarak tanımlanabilir. Sağlık turizmine yönelik tanımlama girişimlerinde farklı bir bakış açısı getiren Magablih (2001)’e göre sağlık turizmi kapsamındaki seyahatlerin bir süresi vardır. Hastalar bir günden az bir seneden fazla kalmamak koşuluyla, sağlıklarına kavuşma amaçlı tedavi görmek ya da sağlıklarını koruma amaçlı başka bir ülkeye seyahat etmeleri, sağlık turizmi olarak tanımlanmaktadır. Sağlık turizminde ana fikir, günlük rutinden uzaklaşarak rahat ve değişik bir ortamda tedavi görmek veya sağlığı destekleyici hizmetler almaktır. Bir taraftan doğayla bütünleşmenin keyfini yaşarken diğer taraftan daha sağlıklı hizmetlerinden yararlanılmasını sağlamaktadır. Bunu ruhsal, duygusal ve bedeni açıdan bir yenilenme olarak da ele almak mümkündür.

²Sağlık Bakanlığı ve Gazi Üniversitesi işbirliğiyle hazırlanan 2010 yılı verilerine dayanan “Türkiye’de Medikal Turizmin Geleceği Raporu” (www.saglik.gov.tr)

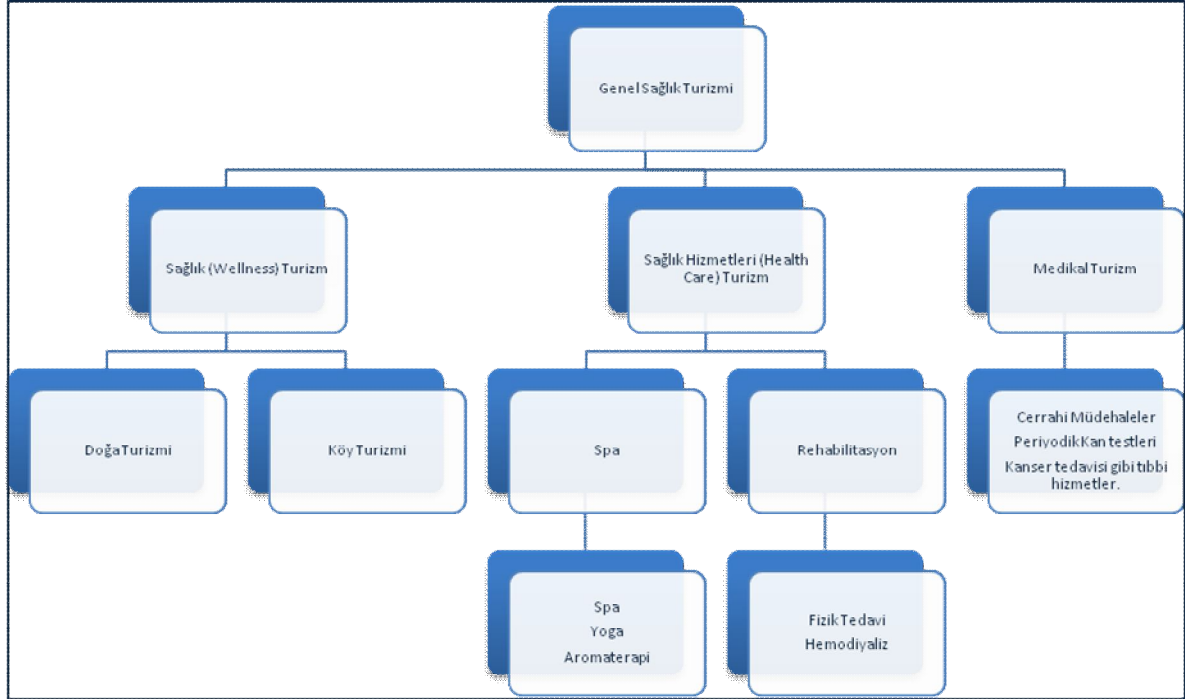
Literatürde sağlık turizminin bir alt kolu olan medikal turizme ait genel bir tanım bulunmamaktadır (Lee ve Spisto, 2007; Garcia-Altes, 2005). Lee ve Spisto (2007) medikal turizmi, basitçe “turisti iyileştiren medikal prosedürleri veya aktiviteleri içeren seyahat aktivitesi” olarak tanımlamıştır. Medikal endüstrisi çalışanları ise medikal turizmi, daha uzcu hizmet alınabilecek ya da kolay ulaşılabilir ülkelere tedavi amacıyla seyahat etmek olarak tanımlamaktadırlar (Kim v.d., 2009). Medikal turizm için en uygun tanım, Bookman ve Bookman (2007) tarafından yapılmıştır. Bookman ve Bookman, (2007)’ye göre medikal turizm, “hizmetler arası ticaret gerektiren, tıp ve turizm sektörleri arasında bağlantı kuran ekonomik bir faaliyettir.” Medikal turizm, Jagyasi (2009) tarafından; “Kişinin, direk tedavi amaçlı ya da iş veya diğer amaçlarla genellikle uzun mesafe veya sınır ötesi seyahat ederek birtakım sınır medikal hizmetlerden yararlanması” olarak tanımlanmıştır.

Kısaca, genel tıbbın konusu içinde yer alan hekimler tarafından hastanelerde gerçekleştirilen birtakım tedavi yöntemlerini almak adına yapılan uluslararası seyahatler “medikal turizm” olarak adlandırılabilir. Bu sağlık hizmetleri içerisinde plastik-estetik cerrahi ameliyatları, gittikçe popüleritesi artan göz kusuru düzeltme ameliyatları, açık kalp cerrahisi, her türlü kanser ve diş tedavileri hatta organ nakli ameliyatları gibi çeşitli tıbbi tedaviler yer almaktadır.

Sağlık turizmi endüstrisi, genel anlamda hem turizm hem de sağlık sektörlerine doğrudan katkı sağlayan bir konumdadır. Sağlık turizmi esas itibariyle sağlık ve turizm alanlarının bütünleşmesinden oluşan bir alt sektör olarak değerlendirilebilir. Sağlık turizmi büyük ölçüde sağlık ve turizm alanındaki gelişimlere bağlı olacaktır. Bu çerçevede, turizm sektörünün, sağlık turizmi bağlamında incelenmesi gerekir. Daha genel bir çerçevede bakıldığında, sağlık turizmi,

- Sağlıklı yaşam (wellness) turizmi,
- sağlık hizmetleri (health care) turizmi,
- medikal turizm

olmak üzere üç sınıfa ayrılmıştır. Aşağıda medikal turizmin alt açılımları görülmektedir (Şekil 1):



Şekil 1: Genel Sağlık Turizminin bölümleri

Kaynak: Iordoche, Ciochina, Roxana (2013).

3. Dünyada ve Türkiye’de Sağlık Turizmi Sektörü

Türkiye’deki medikal turizm hareketliliği veri analizini yapmadan önce, dünyada ve Türkiye’de sağlık turizmi sektöründeki gelişmeleri değerlendirmek yararlı olacaktır.

3.1. Dünyada Sağlık Turizmi Sektörü

Dünyada uluslararası turizm hareketlerine katılan kişi sayısı 1950 yılında 25,2 milyon kişi, 1995 yılında 528 milyon kişi iken Dünya Turizm Örgütü (UNWTO)’nün verilerine göre 2011 yılında turizm hareketliliği 980 milyonu bulmuştur. Bu sayının 2013 yılında bir milyarı aşacağı tahmin edilmektedir. Sağlık turizmi, 1990’lı yılların ortalarından itibaren ülkeler arasında oluşan ciddi rekabet ortamı ve küreselleşmenin etkisiyle sağlık turizmi başlığı altında, çok rağbet gören alternatif turizm çeşitlerinden biri olarak doğmuştur. Sağlık turizmi alanında en çok tercih edilen ülkeler; Hindistan, Küba, Kostarika, Tayland, Singapur, Kolombiya ve Malezya olmasından dolayı sağlık turizminin ana bölgesi Asya’dır. Singapur, daha sonraları girdiği bu pazarda Tayland ve Malezya ile rekabet edebilmek için fiyatları bu ülkelerin aşağısına çekmiş ve hava alanlarına tıbbi turizm alternatifleri ile ilgili bilgi stantları yerleştirmiştir (Connell, 2006). Günümüzde Hindistan, sağlık turizmi alanında öncü ülke olarak görülmektedir. Hindistan, Avrupa, Ortadoğu ve Kanada hastalarını tedavi etmeyi amaçlarken, Singapur Amerika’dan gelecek hastaları tedavi etmeyi amaçlamaktadır (CBC News, 2007).

Sağlık hizmetlerine ihtiyaç duyan kişiler, sağlık kuruluşlarının kalitesi, eğitimli insan kaynağı ve fiyat avantajlarıyla öne çıkan ülkelere yönelmektedirler. Güney Asya ve Güney Amerika’da tedavi ve cerrahi girişim ücretleri kuzey ülkelere göre daha avantajlı durumdadır. Bu nedenle bahsedilen ülkeler sağlık turizmi anlamında öne çıkmaktadırlar. Dünya Turizm Örgütü’nün araştırmasına göre, 2013’de Dünya’da sağlık turizmi 100 milyar dolarlık bir büyüklüğe ulaşması bekleniyor. Dünya Turizm Örgütü’nün diğer bir tahminine göre, ”2017 yılına kadar sadece ABD’den 23 Milyon

potansiyel hastanın 79,5 Milyar Dolarlık bir harcama yaparak denizaşırı ülkelere gideceği” hesaplanmaktadır. Dünyadaki küreselleşme süreci, ülke sağlık sistemlerinde yaşanan problemler (örneğin uzun bekleme listeleri ve yükselen maliyetler, hizmetlerde kalite problemleri), tüketicilerin bilinçlenmesi ve Avrupa Birliği (AB) gibi dinamiklerin bir sonucu olarak hızla büyüyen bir sektör olan sağlık turizmi çok genel anlamda hem tatil hem de tedavi unsurlarını içeren bir kavramdır.

Günümüzde dünya sağlık turizminden en büyük payı alan ülkelerin başında Hindistan gelmektedir. Her yıl yaklaşık olarak Hindistan’a 150.000 sağlık turisti gitmektedir. Hindistan sağlık sektöründe her yıl % 30’luk bir büyüme olduğu kaydedilmekte ve 2013 yılında yıllık sağlık turizm gelirinin 1,2 milyar poundu aşması beklenmektedir. Bu popüleritenin temel nedeni turizm potansiyelini erken görmeleri, düşük maliyetle çalışmaları ve iyi tanıtım yapmalarıdır. Hindistan’ın eski bir İngiliz sömürgesi olması da İngiltere’de daha olumlu tanınmalarını sağlamaktadır. Hindistan’ın son yıllarda genel olarak ekonomik anlamda göstermiş olduğu kayda değer gelişmeyi de göz ardı etmemek gerekir (Yıldırım, 2006). Doğu Avrupa ülkeleri de özellikle düşük işçilik maliyetleri ve AB üyeliği avantajını kullanarak sağlık turizmi pastasından önemli bir pay almaya başlamışlardır. Özellikle Avrupa’daki gurbetçilerimizin bile tercih ettiği ülke olan Macaristan, sadece dış tedavisinden elde ettiği yıllık 2 milyar dolarlık girdi ile yıldızı parlayan ülkeler arasında yer almaktadır. Bir batı Avrupa ülkesi olarak Belçika özellikle estetik cerrahi ve obezite tedavisi konularında çok ciddi bir sektör payı elde etmiş durumdadır (Yıldırım; 2004).

Günümüzde, daha iyi olanaklar ve daha gelişmiş teknoloji kullanılarak tedavi olmak amacıyla başka ülkelere seyahat etmek oldukça yaygınlaşmıştır. Bu durum, sağlık turizmi sektörünün her geçen gün büyümesine yol açmaktadır. Hastaların tedavi maksatlı seyahat etmelerinin farklı nedenleri şöyle sıralanabilir (Dinçer, 2010):

- İleri donanıma ve teknolojiye sahip, bilimsel anlamda dünya çapında etkinliği fazla olan ülkelerde tedavi olma isteği,
- Tıbbi hizmetlerin pahalı olması ve aynı hizmeti başka ülkede daha ucuza alabiliyor olması,
- Hastanın başka bir ülkede kendi ülkesinde bulunan sağlık hizmetinden daha kaliteli tedavi olabilmesi,
- Sahip oldukları sağlık sigortası ile ilgili sorunlar,
- Tedavi alabilmesi için beklenmesi gereken uzun süreyi kısaltmak isteği.
- 2010 yılında uluslararası turist hareketi bir önceki yıla göre % 6,7 oranında artış göstererek 935 milyon olmuştur.
- 2010 yılında uluslararası turist hareketi toparlanma eğilimine girerek kriz öncesi durumuna geri dönmüştür.
- 2011 yılında uluslararası turist hareketliliğinde artış devam ederek sayı 980 milyona ulaşmıştır.

Genel olarak değerlendirildiğinde turizm sektörü, dünyada en hızlı gelişen ve büyüyen sektörlerdendir. Ekonomik, sosyal, politik ve kültürel açılardan olumlu ve önemli katkıları bulunan bu sektör, dünya ekonomisinde başlı başına bir endüstri haline gelmiştir. Ayrıca, sağlık turizmi, diğer bazı sektörlerin (sigorta, pazarlama, ulaşım, eğitim, danışmanlık, medikal vs.) de bilgi referanslı dönüşümlerini tetikleyerek öncü bir sektör rolü de oynamaktadır. Diğer bir ifade ile turizm sektörünün katma değeri en yüksek alt sektörü olan sağlık turizmi, ülke ekonomilerine büyük katkı sağlamaktadır.

Bu katkı hem yüksek oranda hem de çeşitli sektörlere girdi sağlayabilen geniş bir etkiye sahip olmaktadır.

3.2. Türkiye’de Sağlık Turizmi Sektörü

Sağlık turizmi hastaların ve hasta ailelerinin rahatlığını sağlamak için tıbbi seçenekleri sunmayı hedeflemektedir. Gelişmiş ülkelerdeki eğitim ve refah seviyesinin yüksek olmasına paralel olarak sağlık hizmetleri sunumu da yüksek maliyetli olmaktadır. Gelişmiş ülkelerde yaşanan nüfusun sağlık ihtiyaçları ve sağlık giderlerinin payı her geçen gün artmaktadır. Sosyal güvenlik maliyetlerinin artan giderleri sosyal güvenlik kurumlarını zorlamaktadır. Bu sıkıntıları aşmak için, gelişmiş ülkelerde bulunan sosyal güvenlik kurumları ve özel sigorta kurumlarının kaliteli tıbbi hizmet sunan ve yakında yer alan ülkelerle paket anlaşmalar yaparak sağlık hizmetlerini düşük maliyetli alma çabaları görülmektedir (Yalçın, 2006; Aksu, 2001).

En çok turist gönderen ülkelerin ve turist gönderme sebepleri şu şekildedir:

- Gelişmemiş ülkeler (Sudan, Somali, Afganistan, Libya v.b)

Temel sebep: Sağlık hizmetlerinin yetersizliği ve personel azlığı

- Asya ülkeleri (Pakistan, Irak, Suriye v.b)

Temel sebep: Sağlık hizmetlerinin yetersizliği ve personel azlığı

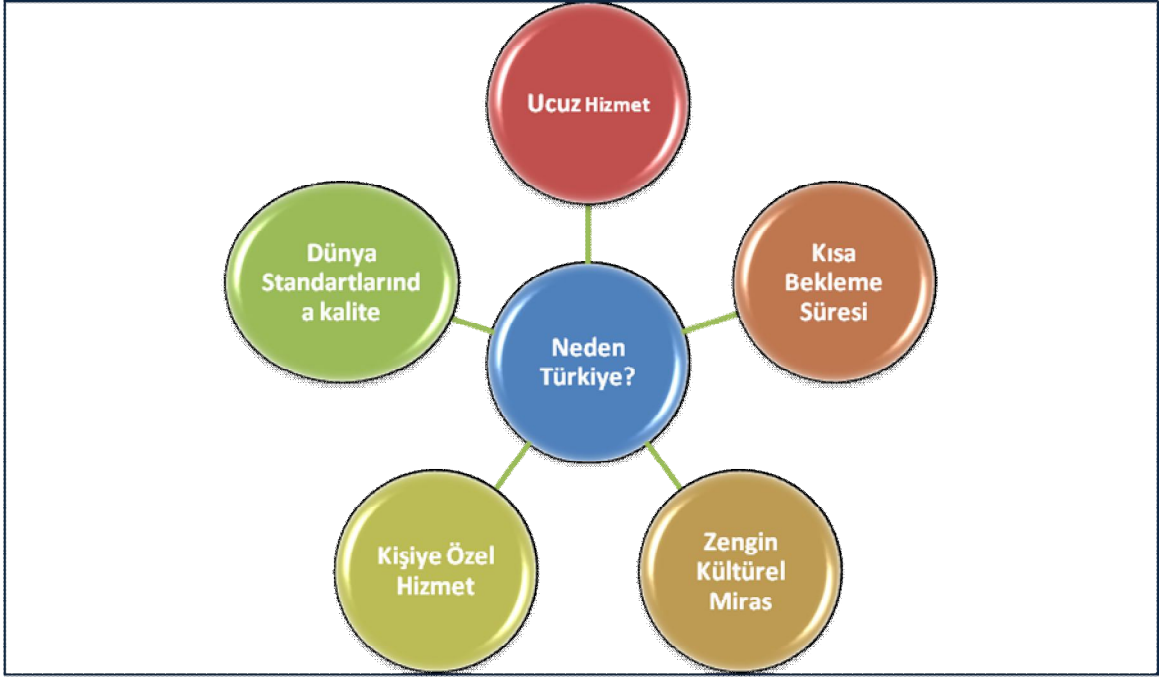
- Amerika, Avrupa

Temel sebep: Sağlık hizmetleri pahalı ve hasta bekleme listeleri uzun

- Yaşlı nüfusu çok olan ülkeler

Temel sebep: Yaşlı nüfusunun çok olması, personel yetersizliği ve bakım maliyetlerinin yüksek olması şeklindedir.

Tüm dünyada sağlık turizmi alanında hızlı bir ilerleme söz konusudur. Bu ilerleme büyük bir pazar oluşturmuş ve tüm ülkeler bu pazardan pay alabilmek için yarışa girmişlerdir. Sağlık turizminden büyük pay alabilmek için bazı faktörler öne çıkmaktadır. Potansiyel sağlık turistleri, tedavi görmek için araştırma yaptıklarında “Neden Türkiye” sorusunun yanıtı çok önemlidir (Şekil 2).



Şekil 2: Sağlık Turizminde Türkiye'nin Rekabetçilik Unsurları Şeması

Kaynak: Sağlık Bakanlığı (2012), Türkiye Medikal Turizmi Değerlendirme Raporu

2000'li yıllardan itibaren Türkiye'de özel sektör yatırımları her alanda olduğu gibi sağlık alanında da artmıştır. Hem yurtiçindeki farklılaşan sağlık ihtiyacını karşılamak hem de sağlık turizminin en önemli dallarından biri olan medikal turizm alanının getirilerinden yararlanmak amacıyla ülkenin dört bir yanına özel hastaneler ve sağlık merkezleri kurulmuştur. Özel hastanelerin yanı sıra Avrupa standartlarıyla yarışabilecek nitelikte devlet destekli yatırımlarda gün geçtikçe artmaktadır. Yapılan bu yatırımların maliyeti oldukça yüksektir. Bu nedenle, Türkiye'nin dış pazara daha fazla yönelmesi, daha çok tanıtımının yapılması gerekmektedir. Ülkemizin sağlık turizmi açısından büyük avantajları vardır. Ülkemiz coğrafi konumu bakımından oldukça elverişlidir. Tıp Fakülteleri sayısı artmış ve yetişmiş sağlık alanında önemli bir açık olan nitelikli insan gücü yetiştirilmesinde de önemli bir yol alınmıştır.

Medikal turizm girişiminin gelişimine yönelik ulusal düzeyde planlayacak, izleyecek ve standardize edecek merkezi bir birim, Sağlık Bakanlığı bünyesinde "Sağlık Turizmi Daire Başkanlığı" kurulmuştur. Aynı şekilde, Turizm ve Kültür Bakanlığı tarafından hazırlanan Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Taslak Raporu'nda medikal turizm konusu öncelikli alanlardan biri olarak tanımlanmıştır.

Medikal turizm alanında Türkiye, özellikle son 20 yıllık süreçte önemli gelişmeler kaydetmiş ve sektörde güçlü olan Hindistan, Malezya, Tayland, Macaristan gibi ülkeler ile rekabet etmeye başlamıştır. Son yıllarda Türkiye'de devlet destekli yeni yatırımlarla birlikte güncel teknolojilerin gelişimi İstanbul, Ankara ve İzmir'de ulusal sağlık hizmetlerinin kalitesini artırmıştır. Türkiye'de sağlık turizmi alanında görülen gelişmelerde hastane ve sağlık personeli yatırımlarının payı büyüktür. Ayrıca, İngilizce eğitim veren tıp fakültesi sayısı artırılmış, hekimlere, diğer ülkelerdeki gelişmeleri yakından takip edebilmeleri ve araştırmalarını gelişmiş ülkelerde yapmaları için burs imkânları sağlanmaktadır. Bu kapsamda Türkiye'nin sağlık turizmi alanındaki büyük yarıya iyi hazırlandığını söylemek mümkündür.

4. Türkiye’de Medikal Turizm Hareketliliğine İlişkin Bulgular

Türkiye’de medikal turizm kapsamındaki hareketliliğin artmasında hizmet kalitesi ve standartları yüksek olan özel hastane sayısındaki artış önemli bir rol oynamaktadır. 2008 yılında Türkiye’de sağlık hizmeti alan yabancıların %24’ü kamu hastanelerinde tedavi görürken, %76’sı özel hastaneleri tercih etmiştir. 2009 yılında yurtdışından gelen hastaların %77’si özel hastanelerde, %23’ü devlet hastanelerinde tedavi görmüştür. 2010 yılında kamu hastanelerinde tedavi gören yurtdışı uyruklu hastaların oranı, devlet hastanelerinin ve personelinin hizmet kalitesinin artışının etkisiyle %30’ayükselmiştir. 2011 yılında ise hastaların %73’ünün özel hastanelerde %27’sinin ise devlet hastanelerinde tedavi gördüğü saptanmıştır. Genel olarak bakıldığında, sağlık turizmi alanında yapılan yasal düzenlemelerin etkisiyle, hem özel hastane sayısındaki artış, hem de kamu hastanelerinin ve personelinin hizmet kalitesindeki artış nedeniyle 2008-2011 yılları arasında kamu ve özel hastanelerde tedavi gören sağlık turisti (medikal turist) sayısında yaklaşık %52 oranında ciddi bir artış görülmektedir.

Tablo 1: Yıllar İtibariyle Türkiye’de Sağlık Hizmeti Alan Turistlerin Dağılımı

	2008	2009	2010	2011	TOPLAM
ÖZEL	56,276	70,519	77,003	114,329	318,127
KAMU	17,817	21,442	32,675	41,847	113,781
TOPLAM	74,093	91,961	109,678	156,176	431,908

Kaynak: Sağlık Bakanlığı (2011), Türkiye’de Medikal Turizm Araştırması

2011 yılı itibariyle toplamda 156.176 turist Türkiye’de tedavi gördüğü görülmektedir (Tablo 1). Bu kişilerin %62’si tedavi dışındaki amaçlarla ülkeye yaptıkları seyahat esnasında (tatil esnasında) geçirdikleri rahatsızlıklar sonucu tedavi görmüşlerdir. %38’i ise tedavi amacıyla Türkiye’ye seyahat eden turistlerdir. 59.473 sağlık turistinin sadece %9’u kamu hastanelerini tercih ederken, sağlık turistlerinin %91’ini kapsayan ciddi sayıda sağlık turisti özel hastaneleri tercih etmektedir. Turistin sağlığı hasta sayılarına bakıldığında durum biraz daha farklıdır. Türkiye’de tedavi görme amacı dışında gelip rahatsızlanan turistlerin %38’i kamu hastanelerinde tedavi görmeyi tercih ederken, % 62’si ise özel hastanelerde tedavi görmeyi tercih etmişlerdir.

Analizlere geçmeden önce, belirtmek gerekir ki, kavramsal tanımlamada sağlık turizmine uygulamada ve literatürde farklı anlamlar yüklendiği gözlenmektedir. Yurtdışından tedavi amaçlı gelmeyen turistlerin (gezme, eğlenme, iş, vb. amaçlarla seyahat eden) tatilleri süresince geçirdikleri hastalıklar ya da kazalarda özel ya da kamu sağlık kuruluşlarında tedavi görmektedirler. Çalışmanın daha sağlıklı sonuçlar verebilmesi için bu kapsamdaki turistleri ayrı bir kategoride (turistin sağlığı olarak) incelenmesi daha uygun olacaktır. Bu çalışmada, ülkemize sadece tedavi amacıyla gelen kişileri “sağlık turizmi”, ülkemize başka amaçlarla seyahat edip rahatsızlanan ve sağlık hizmeti alan turistleri ise “turistin sağlığı” kategorileri altında incelenecektir.

4.1.1. Medikal Turizmin Hastanelere Göre Dağılımı

Türkiye’de hastaneler, bağlı oldukları kurum ya da kuruluşa ya da kuruluş amacına göre 2 ana sınıfa ayrılırlar:

- Kamu hastaneleri (devlet hastaneleri, eğitim-araştırma ve üniversite hastaneleri)

• Özel hastaneler

2011 yılı verilerine göre Türkiye’de tedavi görmeyi tercih eden sağlık turistleri, çeşitli illerde bulunan 165 hastanede sağlık hizmeti almayı tercih etmişlerdir. Bu hastanelerin, 72’si devlet hastanesi, 14’ü eğitim ve araştırma hastanesi, 10’u üniversite hastanesi ve 69’u ise özel hastanedir. Sağlık turisti sayıları ve türlerine göre gittikleri hastane sayılarının oranına bakıldığında, hastane başına 754 hasta düşen özel hastanelerin en çok tercih edilen hastane türü olduğu görülmektedir. Bununla beraber hastane başına 61 hasta düşen devlet hastaneleri ikinci, hastane başına 60 hasta düşen eğitim ve araştırma hastaneleri üçüncü sırada tercih edildiği görülmektedir. Ayrıca bir diğer hastane çeşidi olan üniversite hastanelerine hastane başına 19 hasta düştüğü saptanmıştır.

Tablo 2: Sağlık Turisti Sayısı ve Tercih ettikleri Hastane Türleri

DEVLET HASTANESİ		EĞİTİM ARAŞTIRMA HASTANESİ		ÜNİVERSİTE HASTANESİ		ÖZEL HASTANE	
Hastane Sayısı	Hasta Sayısı	Hastane Sayısı	Hasta Sayısı	Hastane Sayısı	Hasta Sayısı	Hastane Sayısı	Hasta Sayısı
72	1172	14	841	10	196	69	52043

Turistin sağlığı kategorisinde incelenen hastaların hastane tercihlerinde durum sağlık turistlerinin tercihlerine göre biraz farklıdır. 2011 yılı verilerine göre turistler ülkemizde aniden rahatsızlandıkları durumlarda, 286 devlet hastanesine, 28 eğitim ve araştırma hastanesine, 28 üniversite hastanesine ve 205 özel hastaneye gitmeyi tercih etmişlerdir (Tablo 3). Hasta sayıları ve çeşitlerine göre hastane sayıları oranına bakıldığında, bir devlet hastanesine düşen hasta sayısı 75, 28 eğitim ve araştırma hastanesinden birine düşen hasta sayısı 112 ve sağlık turizmi kategorisinde hastane başı hasta sayısına bakıldığında birinci sırada olan özel hastaneler hastane başı 294 kişi ile üçüncü sıradadır. Turistin sağlığı kategorisinde, üniversite hastanesi başına 294 hasta düşmektedir.

Tablo 3: Turistin Sağlığı Hasta Sayısı ve Tercih ettikleri Hastane Türleri

DEVLET HASTANESİ		EĞİTİM ARAŞTIRMA HASTANESİ		ÜNİVERSİTE HASTANESİ		ÖZEL HASTANE	
Hastane Sayısı	Hasta Sayısı	Hastane Sayısı	Hasta Sayısı	Hastane Sayısı	Hasta Sayısı	Hastane Sayısı	Hasta Sayısı
286	21530	28	3159	28	9595	205	60333

Sağlık turistlerinin hastane tercihlerinde bulunurken tedavi görecekları branşa göre karar verdikleri göz önünde bulundurulması gereken bir noktadır. Muhtemelen, tedavi dönemi öncesinde, hangi hastane hangi branşta öne çıktığıyla ilgili araştırma yapıp bu doğrultuda hastane tercihi yaptıkları düşünülebilir. Ayrıca, hem sağlık turizmi hem de turistin sağlığı kategorilerinde hastanelerin bulunduğu illerde büyük önem arz etmektedir.

4.1.2. Medikal Turizminin İllere Göre Dağılımı

Sağlık turizmi alanındaki yatırımlar sayesinde hastane sayıları ve kaliteli hizmet anlayışı gittikçe artmaktadır. Bu artıştan bazı iller gerek konumları, gerekse sosyo-politik önemleri açısından daha çok pay almaktadırlar. Tablo 4’te sağlık turizmi ve turistin sağlığı toplam hasta sayıları dikkate alındığında öne çıkan ilk 10 ilin detayları sunulmaktadır.

Tablo 4: Medikal Turizmde İlk 10 İle Göre Turistin Sağlığı-Sağlık Turisti Hasta Sayıları Dağılımı

İller	Sağlık Turizmi	Turistin Sağlığı
Antalya	6579	46583
İstanbul	25073	14735
Kocaeli	10947	739
Ankara	7708	3207
Muğla	1941	8434
İzmir	308	4479
Aydın	0	2824
Samsun	1938	199
Trabzon	154	1250
Adana	1048	194

Özellikle yaz aylarında turist potansiyeli diğer illere göre çok daha yüksek olan Antalya'nın turistin sağlığı kategorisinde öne çıkması normaldir. Bu sonuç, seyahat ve eğlenceli amaçlı gelen turistlerin ani rahatsızlanmaları sonucunda Antalya'daki hastanelerde tedavi gördükleri şeklinde yorumlanabilir. Diğer taraftan, ülkemizin en büyük metropol şehri olan İstanbul'un sağlık turizmde ön sıralarda olması beklenen bir durumdur. İstanbul, hem iş, hem eğlence hem de tedavi amaçlı seyahat eden turistlerin tercih edebileceği bir şehirdir. Kocaeli'nin, İstanbul'a yakınlığı, stratejik konumu, sanayi bölgesi olması nedeniyle ekonomisinin güçlü olması gibi unsurlar dikkate alındığında %8 oranla, çok sayıda tıp fakültesi ve kaliteli hizmet anlayışına sahip hastaneleri bulunan aynı zamanda iş amaçlı turizmde önde illerimizden olan başkent Ankara'yla üçüncü sırayı paylaşması doğal bir sonuçtur. Diğer illerimize bakıldığında, İzmir, Muğla, Aydın ve Trabzon büyük turist potansiyeline sahip illerimizdendir. Samsun ve Adana ise hem turistik açıdan önemli illerimizden olup hem de konumları itibarıyla sağlık turistine ve turistin sağlığı kategorisindeki hastalara hitap edebilecek illerimizdir.

2011 yılı verilerine göre yılda 25.073 kişinin yurtdışından tedavi amaçlı İstanbul'a geldiği görülmektedir. İstanbul, birçok alanda olduğu gibi sağlık alanında da sürekli gelişen ve birçok yeniliğe öncülük eden il İstanbul'a 2010-2011 yılında toplam 266 milyon TL sağlık yatırımı yapılmıştır (Tablo 4). İstanbul'daki sağlık kuruluşları, dünya standartlarında hizmet veren tesisler olarak, kişi ve toplum sağlığının korunmasında ve geliştirilmesinde öncü rol almaktadır. İstanbul'da artan nüfus ve gelişen teknolojiye paralel olarak sağlık hizmetleri de bu oranda büyüyor. İstanbul'un sağlık konusunda cazip bir merkez haline gelmesindeki en büyük etken ise hastane ve hizmet kalitesinde sağlanan kapasite ve nitelik artışıdır.

Sağlık turizminin illere göre dağılımında kamu hastanelerinden öte özel hastanelerin tercih edildiği gözükmektedir (Tablo 5). İstanbul ilindeki sağlık turistinin %93'ünün özel hastaneleri tercih etmiştir. Ankara ili dışında, benzer şekilde diğer illerde de bu oran özel hastaneler lehine %95 gibi bir oranın üzerindedir. Ankara ilinde kamu hastanelerinin özel hastaneler gibi sağlık turizmde ilgili olduğu tespiti yapılabilir. Antalya ilinde kamu hastanelerinde sağlık turisti kaydının gözükmemesi, bu çalışmanın bir kısıtı olarak tanımlanan veriye tam ulaşılmamasının sonucu olarak kayıt sorunu ya da verinin elde edilmemesini göz ardı etmemeyi gerektirir.

Tablo 5: Medikal Turizm İllere Göre Kamu-Özel Hastaneleri Dağılımı

İller	Kamu	Özel
İstanbul	1675	23398
Kocaeli	40	10907
Ankara	2836	4872
Antalya	0	6579
Muğla	61	1880
Samsun	63	1875
Adana	27	1021
Aksaray	0	573
İzmir	9	299
Nevşehir	0	181

Turistin sağlığı kategorisindeki hastaların tedavi gördükleri illerin sıralamasına baktığımızda, Türkiye'nin en çok turist çeken ili, Antalya'nın birinci sırada olduğu görülmektedir (Tablo 6). Turistin sağlığında da, sağlık turizminde gözlenenle benzer şekilde yine tercih edilen 10 il arasında tarihi, turistik ve kültürel açıdan zengin ilimiz İstanbul yer almaktadır. Muğla, İzmir ve Aydın bölgelerine her yıl çok sayıda turist tatil, dinlenme ve eğlenme amaçlı seyahat etmektedir. Dolayısıyla turistin sağlığı kategorisinde bu bölgelerin öne çıkmaları beklenen bir sonuçtur. Ankara, başkent olması ve stratejik konumu sebebiyle daha çok iş, kongre, bilimsel etkinlik amaçlı seyahat edilmekle birlikte turist potansiyeli yüksek bir ilimizdir. Bu sebeple, 2011 yılı verilerine göre 3207 hasta sayısı ile turistin sağlığı kategorisinde beşinci sırada bulunmaktadır. Trabzon doğal, kültürel zenginlikleri ile dünyaca tanınan illerimizden biridir. Bununla birlikte Bursa, hem tarihi turistik zenginlikleriyle hem de kayak turizmindeki liderliğiyle yaz ve kış turizmindeki yeri tartışılmaz. Nevşehir, doğal zenginlikleri ve kendilerine özgü kültürel yapısı sebebiyle her yıl çok sayıda yabancı ziyaretçi çeken illerimizdir. Turistin sağlığı ve sağlık turizmi kategorilerinin her ikisinde de ilk on il içinde yer alan Konya, Türkiye'nin büyük illerinden ve turistik anlamda çok zengin özelliklere sahip olmasının yanı sıra konumu itibarıyla da sağlık turizmi anlamında önde olabilecek illerimizdendir.

Tablo 6: İllere Göre Turistin Sağlığı Hasta Sayıları Dağılımı

İller	Turistin Sağlığı
Antalya	46583
İstanbul	14735
Muğla	8434
İzmir	4479
Ankara	3207
Aydın	2824
Trabzon	1250
Bursa	1087
Nevşehir	914
Konya	859

2010 yılına ilişkin yapılan çalışmada, sağlık turisti ve turistin sağlığı verileri birlikte değerlendirilmiştir. Bu çalışmaya göre, 2010 yılında sağlık turizmi alanında önde olan ilk 10 il sıralaması şu şekildedir: İstanbul, Kayseri, Adana, Gaziantep, Ankara, Antalya, İzmir, Isparta, Trabzon ve Kocaeli.

4.1.3. Medikal Turizmin Branşlara Göre Dağılımı

Türkiye sağlık hizmetlerinin kalitesinde ilerleme kaydetmiş ve tıp branşlarında günümüz teknoloji ve kapasite düzeyine ulaşmıştır. İngilizce eğitim veren tıp fakültelerinin sayısı hızla artarken bu sayede tıp alanındaki gelişmeler daha yakından takip edilmektedir. Etkin, kaliteli ve sürdürülebilir sağlık hizmetini hedefleyen Sağlık Bakanlığı, bu amaç doğrultusunda ulusal düzeyde etkisi hissedilen “Sağlıkta Dönüşüm Programı”nı uygulamaktadır (<http://www.medical-tribune.com.tr>). Hekim ve diğer sağlık personelinin yüksek nitelik ve teknolojik donanımıyla dünya çapında kalite standartlarına sahip olan birçok özel ve kamu hastaneleri ülkemizin çeşitli bölgelerinde faaliyet göstermektedir. Yabancı hastaların Türkiye’de tedavi almakta öncelikli tercih ettikleri tıp branşları belirlenmiştir (Tablo 7).

Tablo 7: Sağlık Turisti-Branşlara Göre Türkiye Geneli Kamu-Özel Sektör Dağılımı

	KVC	Onkoloji	Beyn Cer	Göz	Plastik	Diş	Ortopedi	Diğer
Kamu	291	172	131	596	30	198	449	3622
Özel	3603	8444	2094	8663	1643	1249	5941	20177

Yabancı hastaların %11 gibi bir oran Türkiye’de göz tedavisi hizmetini almaktadır. Bu oranı %8 oranla ortopedi takip ederken, %5 oranla ülkemizde hızla gelişmekte olan ve yurtiçi ve yurtdışında ün yapmış hekimlerin oluşturduğu Kardiyoloji (KVC) gelmektedir. Sağlık turistlerinin tedavi görmek için ülkemizi seçtikleri alanların arasında ortopedi, plastik cerrahi ve onkoloji yer almaktadır. Bahsedilen tıbbi branşlarda yabancıların çoğunluğunun özel hastaneleri tercih ettikleri görülmektedir.

Tablo 8: Sağlık Turisti-Branşlara Göre Kamu Hastanelerinde Tedavi Gören Hasta Sayıları

İL	KARDİYOLOJİ KVC	ONKOLOJİ	BEYİN CERRAHİ	GÖZ	PLASTİK CERRAHİ	DIŞ	ORTOPEDİ	DIĞER
İSTANBUL	50	112	19	171	0	3	127	1193
KOCAELİ	13	2	5	8	3	1	7	1
ANKARA	91	27	21	206	6	43	49	2393
ANTALYA	0	0	0	0	0	0	0	0
MUĞLA	1	0	5	9	0	15	31	0
SAMSUN	3	2	7	4	1	3	43	0
ADANA	26	0	0	0	0	0	1	0
AKSARAY	0	0	0	0	0	0	0	0
İZMİR	1	0	0	0	0	3	5	0
NEVŞEHİR	13	0	29	8	0	0	123	8

Sağlık Turisti sayılarında önde olan ilk on ile bakıldığında, İstanbul'da diğer branşların yanı sıra 2011 yılı itibariyle ortopedi bölümü öne çıkmaktadır (Tablo 8-9). 127 hasta kamu hastanelerini tercih ederken, 3178 hasta özel hastaneleri tercih etmiştir. Kocaeli'nde ise onkoloji bölümünde, kamu hastanelerinde yalnızca 2 hasta tedavi edilmiştir. Özel hastanelerde ise 7970 hasta tedavi edilmiştir. Bu durumda görülüyor ki, onkoloji alanında tedavi olmak için Türkiye'ye gelen hastaların büyük bir kısmı Kocaeli'ndeki özel hastaneleri tercih etmektedirler. Ankara'ya bakıldığında diğer branşlarda yığılma olduğu görülmektedir. Ele aldığımız branşlarda Ankara'ya gelen hasta sayıları ve oranları arasında büyük fark mevcut değildir.

Tablo 9: Sağlık Turisti-- Branşlara Göre Özel Hastanelerde Tedavi Gören Hasta Sayıları

İL	KARDİYOLOJİ KVC	ONKOLOJİ	BEYİN CERRAHİ	GÖZ	PLASTİK CERRAHİ	DIŞ	ORTOPEDİ	DIĞER
İSTANBUL	599	160	506	6045	944	935	3178	11031
KOCAELİ	1652	7970	496	177	200	8	360	44
ANKARA	133	19	77	205	11	101	234	4092
ANTALYA	163	16	368	1386	55	69	580	3942
MUĞLA	371	0	340	250	0	75	771	353
SAMSUN	126	48	81	132	143	34	140	2
ADANA	227	141	89	129	200	14	201	20
AKSARAY	0	0	0	0	0	0	0	573
İZMİR	30	0	19	39	69	15	62	65
NEVŞEHİR	13	0	29	8	0	0	123	8

Ülkemize tatil, eğlence, iş gibi amaçlarla seyahat eden turistlerin aniden rahatsızlanmaları sonucunda tedavi görmek üzere başvurdukları bölümler sunulmaktadır (Tablo 10-11). Acil durumlarda turistler çoğunlukla kamu hastanelerinde tedavi görmeyi tercih etmektedirler. Diğer bölümlere bakıldığında ise özel hastaneler ön plandadır. Bu durumda, tedavinin acil durumlar dışında planlı olduğu durumlarda yabancı hastalar tarafından özel hastanelerin tercih edildiği yorumu yapılabilir. Ayrıca, yine 2011 yılı verilerine bakıldığında, sadece 69 kamuya ait ambulans tercih edilirken, 2258 adet özel ambulans tercih edilmiştir. Antalya'da kamu hastaneleri baz alındığında, acil polikliniğine başvuran turistlerin sayısı diğer bölümlere oranla daha fazladır. İstanbul ve Ankara'da da diğer illerde olduğu gibi kamu hastanelerine bakıldığında hastaların büyük çoğunluğunun acil polikliniğini tercih etmesinin yanında bir kısım hastanın da kamu hastanelerinin dahiliye ve cerrahi bölümlerinde sağlık hizmeti aldıkları görülmektedir.

Tablo 10: Turistin Sağlığı – Branşlara Göre Türkiye Geneli Kamu ve Özel Hastaneler Hasta Sayıları Dağılımı

	Acil Polikliniği	Dahiliye	Çocuk Bölümü	Cerrahi Bölümler	Diğer	Ambulans
Kamu	18589	2717	1446	4408	9132	69
Özel	14074	9487	7564	15245	12351	2258

Tablo 11: Turistin Sağlığı- Bölümlere Göre Kamu Hastanelerde Tedavi Gören Hasta Sayıları

İL	ACİL POLİKLİĞİNE BAŞVURAN HASTA	DAHİLİYE	ÇOCUK BÖLÜMÜ	CERRAHİ BÖLÜMLER	DİĞER (POLİKLİNİK BELİRTİLECEK)	AMBULANS NAKLİ (KARA / HAVA)
ANTALYA	6363	288	500	1695	5230	3
İSTANBUL	866	1127	118	539	276	3
MUĞLA	1258	81	21	239	252	13
İZMİR	1573	104	117	654	293	0
ANKARA	2288	388	29	264	163	0
AYDIN	645	81	70	160	343	4
TRABZON	597	27	77	57	305	0
BURSA	322	15	24	29	178	0
NEVŞEHİR	41	0	0	0	75	0
KONYA	212	87	92	72	304	4

Turistin sağlığı alanında kamu hastaneleri bazında 2011 yılı verilerine bakıldığında, 6363 hasta sayısı ile Antalya, acil polikliniğine en çok başvuru alan ildir (Tablo 11-12). İstanbul ise 1127 hasta sayısı ile kamu hastanelerinin dahiliye bölümü diğer illerdeki kamu hastanelerine oranla daha çok tercih edilmektedir. Çocuk bölümünde 500 hasta sayısı ile Antalya yine birinci sırada yer alırken cerrahi bölümlerinde de 1695 hasta sayısı ile önde olan ilimizdir. Ambulans hizmetlerine bakıldığında, Muğla ilinde yabancı turistler tarafından kamuya ait 13 ambulans çağırılmıştır. Antalya ve İstanbul'da 3, Aydın'da ise 4 kamuya ait ambulans tercih edilmiştir.

Tablo 12: Turistin Sağlığı- Bölümlere Göre Özel Hastanelerde Tedavi Gören Hasta Sayıları

İL	ACİL POLİKLİĞİNE BAŞVURAN HASTA	DAHİLİYE	ÇOCUK BÖLÜMÜ	CERRAHİ BÖLÜMLER	DİĞER (POLİKLİNİK BELİRTİLECEK)	AMBULANS NAKLİ (KARA / HAVA)
ANTALYA	7287	5177	5677	9001	5361	
İSTANBUL	3116	1253	554	1916	4619	350
MUĞLA	1842	1696	559	2343	128	593
İZMİR	243	121	149	827	398	0
ANKARA	44	10	0	9	11	0
AYDIN	103	491	277	319	315	16
TRABZON	28	7	6	44	102	0

BURSA	82	43	30	16	348	0
NEVŞEHİR	537	35	7	6	0	213
KONYA	29	17	6	24	16	0

Turistin Sağlığı alanında, çoğu ilde kamu ya da devlet hastanelerinde acil polikliniğine başvuru sayısının diğer bölümlere oranla fazla olması beklenen bir sonuçtur. Çünkü bu kategoride hastaların daha çok aniden rahatsızlandıkları durumlar veya kazalar söz konusudur. Diğer bölümlere başvurulduğunda çoğunlukla hastanın acil bir durumu olmadığı ve genelde planlı bir şekilde hastaneye başvuru yaptığı düşünülmüşse özel hastanelerin tercih edilmesi şaşırtıcı bir sonuç değildir.

2010 yılına ilişkin çalışmada, sağlık turistlerinin tedavi gördüğü branşlar arasında göz hastalıkları, diş ve ortopedi öne çıkmaktadır. Bu branşları, kardiyoloji, onkoloji, plastik cerrahi ve beyin cerrahisi takip etmektedir. Göz hastalıklarında tedavi gören hastaların %5'i kamu hastanelerini geri kalan %95'i ise özel hastaneleri tercih etmektedirler. Sağlık turistlerinin %44'ü kamu hastanelerinde diş tedavisi olurken, ortopedi bölümünde tedavi gören sağlık turistlerinin %24'ü kamu hastanelerini tercih etmektedir. Kardiyoloji, onkoloji ve beyin cerrahisi bölümlerinde tedavi gören sağlık turistlerinin yaklaşık %20'si kamu hastanelerinde tedavi görmektedir. Geri kalan %80'i ise özel hastaneleri tercih etmektedirler. Sağlık turistlerinin %12'si kamu hastanelerinin plastik cerrahi bölümlerinde tedavi görmektedirler. Plastik cerrahide de sağlık turistlerinin büyük çoğunluğu özel hastanelerde tedavi görmeyi tercih etmişlerdir. oranlar diğer branşlarla benzerlik göstermektedir.

Ayrıca, 2010 yılına ilişkin verilerde, sağlık turistlerinin %65 oranında büyük çoğunluğunun polikliniklerde ayakta tedavi gördüğü, %25'inin ise hastanelerin acil bölümlerinde tedavi gördüğü görülmektedir. Ameliyat olan hastaların %5, yatarak tedavi gören hastaların ise %4 oranında olduğu görülmektedir.

4.1.4. Medikal Turizminin Ülkelere Göre Dağılımı

Türkiye'de tedavi gören yabancıların geldikleri ülkeler bağlamında sağlık turisti ve turistin sağlığı, tercih ettikleri hastaneler ve tedavi gördükleri bölüm-branşlar olarak dağılımı bu bölümde tartışılmaktadır. 2011 yılında en çok sağlık turistinin geldiği 10 ülke sunulmaktadır (Tablo 13a-b).

Tablo13-a: Ülkelere Göre Sağlık Turistlerinin Dağılımı (%) - Kamu Hastaneleri (İlk 10 ülke)

Azerbaycan	Almanya	Bulgaristan	Gürcistan	Irak	Rusya	Türkmenistan	Fransa	İran	Suriye
%22	%21	%10	%10	%9	%8	%7	%5	%4	%4

449 hasta Azerbaycan'dan ülkemize gelerek kamu hastanelerinde tedavi görmüştür. Bu sayı ülkemizde kamu hastanelerinde tedavi gören sağlık turistlerinin %22'sini oluşturmaktadır. Bu oranı % 22 ile Almanya'dan gelen sağlık turistleri takip etmektedir. Almanya'nın ikinci sırada olmasında gurbetçilerin rolünün büyük olduğu

düşünülebilir. Ülkemizde tedavi görmek için özel hastaneleri tercih eden sağlık turistlerinin çok büyük bir kısmının Almanya'dan ve Bulgaristan'dan geldiği saptanmıştır. Aynı zamanda, İngiltere ve Amerika gibi gelişmiş ülkelere de hissedilir oranda ülkemize sağlık turisti gelmiş bulunmaktadır.

Tablo 13-b: Ülkelere Göre Sağlık Turistlerinin Dağılımı-Özel Hastaneler (İlk 10 ülke)

Almanya	Bulgaristan	Irak	Romanya	Libya	Azerbaycan	İngiltere	Hollanda	ABD	Rusya
%17	%16	%12	%12	%11	%8	%8	%8	%4	%4

Turistin sağlığı açısından değerlendirildiğinde tatil amaçlı ülkemize gelen turistlerin ani rahatsızlanmaları veya kazalar sonucunda kamu hastanelerini tercih etme oranlarının özel hastanelere oranla %38 olduğu belirlenmiştir. Bu oranın büyük bir çoğunluğunun Almanya, Azerbaycan, Rusya ve Gürcistan'dan gelen turistlerin oluşturduğu görülmektedir (Tablo 14-a). Azerbaycan, uzun yıllardır ülkemizle iş bağlantısı olan bir ülke olmasından dolayı, tatil ve eğlence amaçlı seyahatin yanı sıra iş amaçlı da birçok Azerbaycanlı vatandaş gelmektedir. Benzer şekilde kamu hastanelerinde tedavi gören turistin sağlığı hastalarının 2153 kişi ve %11 oranla Gürcistanlı turistler oluşturmaktadır. Son yıllarda, ülkelerindeki ekonomik kriz nedeniyle geçim sağlamakta güçlük çeken Gürcistan halkı, para kazanmak amacıyla ülkemizde hasta, yaşlı ve bebek bakımı yapıyorlar. Bu durumda rahatsızlandıkları durumda sosyal güvenceleri olmayan Gürcistanlıların kamu hastanelerini tercih etmesi kaçınılmaz. Bu nedenle, Gürcistan'dan tatil amacıyla gelen turistlerin dışında iş amacıyla gelen turistlerin de 2153 kişi arasında olabileceği söylenebilir.

Tablo 14-a: Ülkelere Göre Turistin Sağlığı Hastaları Dağılımı-Kamu Hastaneleri (İlk 10 ülke)

Almanya	Azerbaycan	Rusya	Gürcistan	Hollanda	İran	Suriye	Danimarka	Fransa	İngiltere
%28	%17	%13	%11	%8	%8	%5	%4	%4	%4

Öbür taraftan özel hastaneleri tercih eden turistin sağlığı hasta sayılarına bakıldığında, güçlü ekonomiye sahip Almanya diğer ülkelere göre ciddi farkla öndedir. Almanya'yı Rusya %29 oranla ve 11338 hasta sayısı ile takip etmektedir (Tablo 14-b). Dünyanın en fakir ülkelerinden biri olan Afganistan'dan ve son zamanlarda ciddi bir ekonomik dar boğaza giren Suriye'den çok büyük oranda çalışma amaçlı geldikleri tahmin edilen vatandaşların özel hastaneler kategorisinde değil de kamu hastaneleri kategorisinde ilk on ülke arasında olması şaşırtıcı bir sonuç değildir.

Tablo14-b: Ülkelere Göre Turistin Sağlık Hastaları Dağılımı-Özel Hastaneler (İlk 10 ülke)

Almanya	Rusya	Hollanda	Fransa	Irak	Azerbaycan	Ukrayna	Belçika	Kazakistan	Libya
%33	%29	%13	%5	%5	%5	%3	%3	%2	%2

Sağlık turistlerinin ülkemizde tercih ettikleri tıbbi branşlara bakıldığında kardiyoloji alanında komşu ülkelerimiz olan İran ve Azerbaycan'dan gelen turistlerin diğer ülkelere oranla daha çok tedavi gördüğü görülmektedir. İran ve Azerbaycanlı sağlık turistleri özel hastanelerin kardiyoloji bölümlerini kamu hastanelerine oranla daha çok tercih etmektedirler. Onkoloji bölümünde de Bulgaristan'dan gelen hastaların sayısı diğer ülkelere göre açık farkla öndedir. Bulgaristanlı hastalar tedavi için özel hastaneleri kamu hastanelerine göre daha çok tercih etmektedirler. Son yıllarda ülkemizin, göz hastalıkları alanında, çok geliştiğini ve birçok ülkeyi bu alanda geçerek gelişmiş ülkelere rakip olduğunu söylemek mümkündür. Sırasıyla, Almanya'dan, Azerbaycan'dan ve daha sonra da Irak'tan göz hastalıklarında tedavi görmek amacıyla gelen hastaların büyük çoğunluğu özel hastaneleri tercih etmektedirler. Ortopedi alanında tedavi gören sağlık turistlerinin büyük çoğunluğu Almanya'dan gelmektedirler ve özel hastanelerde tedavi görmektedirler (Tablo15).

Almanya, gurbetçi vatandaşlarımızın en çok bulunduğu ülkeler kategorisinde birinci sıradadır. Bu durumun, Almanya'dan ülkemize gelen sağlık turist sayısını etkilediği tartışılmaz. Almanya'dan göz hastalıklarında tedavi görmek üzere gelen sağlık turisti sayısı diğer branşlara oranla daha fazladır. Ancak, göz hastalıklarında tedavi görmek için özel hastanelerini tercih eden hasta sayısı, kamu hastanelerini tercih eden hasta sayısının neredeyse 42 katı kadardır. Diğer bölümlere bakıldığında da durum bundan farksızdır. Kardiyoloji bölümünde kamu hastaneleri tercih edenlerin yaklaşık 18 katı, ortopedi bölümünde ise 22 katı özel hastaneleri tercih ederken, kamu hastanelerindeki onkoloji bölümüne 2011 yılı verilerine göre Almanya'dan gelen sağlık turisti olmamıştır. Aynı durum, plastik cerrahi ve beyin cerrahisi bölümleri için de geçerlidir. Diş hastalıklarında ise diğer bölümlerdeki kadar büyük bir uçurum yoktur. Almanya'dan gelen sağlık turistlerinin diş tedavisi konusunda özel hastaneyi seçmelerinin kamu hastanelerini seçmelerine oranı 5.6'dır.

2010 yılında yapılan çalışmada yurt dışından gelen hastaların büyük çoğunluğunun Almanya'dan geldiği görülmektedir. İkinci sırada Hollanda yer almaktadır. Yurt dışından ülkemize tedavi amacıyla gelen hastaların geldikleri ülkeler arasında Fransa, Kıbrıs ve Avusturya'da öne çıkan ülkeler arasındadır. Bununla birlikte, 2010 yılı verilerine göre, yurt dışından gelen hastalar tedavi için özel hastaneleri tercih etmişlerdir.

Tablo 15: Geldikleri Branşlara Göre Sağlık Turisti Sayıları Kamu-Özel Dağılımı

	Kardiyoloji		Onkoloji		Beyin Cerrahisi		Göz		Plastik Cerrahi		Diş		Ortopedi		Diğer	
	Kamu	Özel	Kamu	Özel	Kamu	Özel	Kamu	Özel	Kamu	Özel	Kamu	Özel	Kamu	Özel	Kamu	Özel
Almanya	11	207	0	33	0	282	37	1558	0	131	12	68	22	514	329	2580
Bulgaristan	13	301	2	4169	4	257	75	132	1	48	6	7	70	53	32	64
Irak	37	594	10	359	14	225	29	515	2	60	1	51	25	385	66	1668
Azerbaycan	62	335	10	312	18	83	100	550	0	92	14	29	34	119	211	1132
Rusya	8	50	5	162	3	32	17	200	2	14	7	42	35	103	76	545

Bulgaristan ülkesine bakıldığında, 4169 hasta sayısı ile özel hastanelerin onkoloji bölümü en çok Bulgaristan'dan gelen sağlık turisti kabul etmektedir. Irak, Azerbaycan ve Rusya'dan gelen sağlık turistleri de yine özel hastaneleri tercih etmişlerdir. Özel hastanelerin bölümlerine gelen hasta sayıları 600 kişiyi geçmemekle beraber, Azerbaycan'dan diş hastalıkları tedavisi için yalnızca 29 hasta ülkemizdeki özel hastanelere başvurmuştur. Bununla beraber, 2580 hasta Almanya'dan, 1668 hasta Irak'tan, 1132 hasta ise Azerbaycan'dan gelerek diğer bölümlerde ülkemizin özel hastanelerinde tedavi görmüştür. Kamu hastanelerinde ise sağlık turisti sayısı 1-100 aralığında değişmektedir. Yalnızca, Almanya'da diğer bölümler kategorisinde hasta kamu hastanesine gelen sağlık turisti sayısı 329 düzeyindedir.

Turistin sağlığı kategorisinde Almanya'dan gelen turistlerin yaklaşık 2/3'ü ani rahatsızlanmaları sonucunda kamu hastanelerinin acil bölümlerine başvurmuşlardır. Fransa'dan gelen turistlerde ise özel hastanelerin ve kamu hastanelerinin acil bölümlerinin tercih eden hasta sayısı neredeyse başa baştır. Daha önce belirtildiği gibi ani rahatsızlanmaları dışında planlı olarak poliklinikleri başvuru yapıldığı varsayımı altında yorum yapılırsa, Almanya'dan ve Fransa'dan gelen turistler, dahiliye, çocuk, cerrahi ve diğer bölümlerde çoğunlukla özel hastaneleri tercih etmektedirler. Aynı zamanda, 130 hasta özel ambulans tercih ederken sadece 2 hasta kamuya ait ambulans çağırıştır (Tablo 16).

Tablo 16: Geldikleri Branşlara Göre Turistin Hasta Sayıları Kamu-Özel Dağılımı

	Acil		Dahiliye		Çocuk		Cerrahi		Ambulans		Diğer	
	Kamu	Özel	Kamu	Özel	Kamu	Özel	Kamu	Özel	Kamu	Özel	Kamu	Özel
Almanya	2451	1819	213	2494	246	1625	831	4419	1278	2358	2	130
Rusya	1454	4018	78	943	64	2827	244	2074	562	1474	0	18
Hollanda	548	699	89	945	44	386	322	1067	482	861	2	1201
Azerbaycan	1122	204	998	224	61	86	477	379	535	741	8	110
Fransa	500	493	22	294	72	197	47	367	77	454	718	142

Rusya'dan ve Hollanda'dan gelen turistler acil durumlarda ya da diğer poliklinik tedavilerinde özel hastaneleri kamu hastanelerine oranla daha çok tercih etmişlerdir. Acil polikliniğine başvuran Azerbaycan'dan gelen turistlerin yaklaşık %85'i kamu hastanelerini tercih ederken, dahiliye bölümünde tedavi gören hastaların büyük çoğunluğu da kamu hastanelerinde tedavi görmüşlerdir. Cerrahi bölümünde de yine kamu hastanelerini tercih etme oranı daha yüksektir. Çocuk bölümü, diğer bölümler ve

ambulans hizmetlerinde, Azerbaycan'dan gelen turistler özel hastaneleri tercih etmişlerdir.

5. Türkiye Sağlık Turizminin Stratejik Analizi

Bu bölümde, sağlık turizmi sektörü bir bütün olarak değerlendirilerek Türkiye'nin sağlık turizmi mevcut durumu hakkında genel bir fikir verilmeye çalışılacaktır. Genel değerlendirme sektörün güçlü ve zayıf yanları ile karşı karşıya olduğu fırsat ve tehditler birlikte göz önüne alınarak yapılacaktır.

Son yıllarda, medikal turizm tüm dünyada rağbet gören bir pazar halini almıştır. Dünya ülkeleri, bu pazardan pay alabilmek için büyük bir rekabet içine girmişlerdir. Gerek tıbbi gerekse sağlık teknolojisi alanında hızlı bir ilerleme mevcuttur. Türkiye'de rekabetçi ülkeler arasında önemli bir yer almaktadır. Türkiye, sağlık alanında hem nitelikli insan gücüne hem de sağlık altyapısı ve teknolojisine sahip olması nedeniyle, sağlık alanında dünyanın önde gelen ülkeleri arasında sayılmaktadır. Bununla birlikte, Türkiye'de sağlık hizmetleri talebini olumlu yönde etkileyecek, kültür turizmi, inanç turizmi, deniz turizmi, doğa turizmi, sağlık-kaplıca turizmi... gibi çok çeşitli turizm olanaklarının bulunmaktadır. Ayrıca, Türkiye, genel olarak hizmet sektöründe iyi konumdadır ve bu durum sağlık turizmini olumlu yönde etkilemektedir. Türkiye'nin, sağlık turizmi alanında güçlü olmasının diğer bir sebebi de, Türkiye'nin sağlık turizmi hizmetini sunan ilk ülkeler arasında yer alması ve bu konuda deneyim kazanmış olmasıdır. Türkiye'de sağlık fiyatlarının, sağlık hizmeti satan diğer ülkelere göre görece ucuz olması da Türkiye'nin sağlık turizmi alanında gelişmesine sebep olan diğer bir avantajıdır.

Yukarıda belirtilen Türkiye'nin sağlık turizmi alanında güçlü yönlerinin yanı sıra başta, hem devlet hem de özel sektördeki çok az sayıda kuruluşun sağlık turizmi konusunda aktif bir çaba içerisinde olması, sanayide olduğu gibi, sağlık hizmetlerinde de, genel olarak, üretime odaklanması ve görece pazarlamayı ihmal etmesi ve Sağlık turizminin gerektirdiği entegre yaklaşımın (sağlık kuruluşları, turizm kuruluşları, pazarlama kuruluşları, lojistik ve ulaşım kuruluşları vs.) gerçekleşmesine götürecek "işbirliği-ortaklık kültürünün" zayıf olması gibi zayıf yönleri de vardır. Türkiye'de sağlık turizmi alanında ulusal bir stratejinin olmaması sağlık turizmi alanında gelişmeyi yavaşlatmaktadır. Hastaneler, özellikle devlet hastaneleri, önemli bir kısmının sağlık turizmi hizmeti sunmaya hazır değildirler. Dolayısıyla, mevcut durumda, katma değeri yüksek "sağlık turizminden" (sağlık hizmetini almak üzere bir plan dahilinde ülkemize gelenler) daha çok katma değeri düşük "turistin sağlığı" (turistik amaçlar ile ülkemize gelenlerin karşılaştıkları acil sorunları gidermek üzere aldıkları sağlık hizmeti) hizmeti ağır basmaktadır. Ulusal ölçekte sağlık turizmi alanındaki hareketliliği kayıt altına alacak ve denetleyecek kapsamlı sistem ve süreçlerin geliştirilerek işlerlik henüz kazandırılmamıştır. Sağlık kuruluşları, Sağlık Bakanlığı ile veri ve bilgi paylaşımında istenilen özen, hız ve işbirliği içerisinde bulunmamaktadırlar.

Türkiye'nin sağlık alanındaki tüm bu zayıf yönlerine rağmen küreselleşmenin etkisi ve bu alanda daha güçlü ülkelerdeki sağlık kuruluşları ve hizmetleri hakkında bilgi elde etmenin (web sitesi, email vb. yollarla) giderek daha kolay ve masrafsız olması Türkiye'nin sağlık turizmi alanında gelişmesine katkı sağlayacak önemli fırsatlardır. Ayrıca, Türkiye'nin uluslararası arenada gücünün artması, her alanda gelişim gösterme algısını da beraberinde getirmiştir. Bu doğrultuda Ekonomi Bakanlığı sağlık hizmetleri ihracatına (araştırma desteği, yurtdışına ofis açma desteği, tanıtım

desteği vs.) destek vermektedir. Türkiye, geliştirdiği bu olumlu algı sayesinde turizm alanında dünyada ilk 10 arasında yer almaktadır ve zaman içerisinde daha ön sıralarda yer almayı hedeflemektedir. Türkiye, coğrafi ve sosyo-politik konumu itibarıyla hem turizm hem de sağlık turizmi açısından tercih edilen bir ülkedir. Sağlık hizmetinde artan yurtiçi rekabet, yurtdışına sağlık hizmeti ihracını teşvik etmektedir. Bu durumu avantaja çevirmek isteyen Türkiye, uluslararası politikası gereği ülkemize getirerek devlet destekli tedavi ettiği ülke vatandaşlarının (Libya, Afganistan vs.) sayısını arttırmaktadır. Bu sayede ülkemizin sağlık alanında tanınırlığı artmaktadır.

Türkiye, sağlık alanında bahsedilen fırsatlara sahip bir ülkedir ancak konumu itibarıyla, çevre ülkelerde yaşanan siyasal istikrarsızlık ve bunun muhtemel yansıması Türkiye'nin her alanda olduğu gibi sağlık turizmi alanında gelişmesinin önünde de bir tehdit unsurudur. Dahası, batı ülkelerinde yaşanan nüfus nedeniyle artan doktor talebi ve bu talebin yarattığı yurtdışında çalışma cazibesi, sağlık hizmetini buldukları yerde alma ihtimalinin arttırmaktadır. Sağlık alanında sık devlet müdahalelerinin yaşanması nedeniyle sektör kuruluşları (kamu ve özel) bu müdahalelerin gerektirdiği değişimlere uyum için zaman ve kaynak harcamaya mecbur kalmaktadırlar. Bu nedenle sağlık turizmi gibi uzun vadeli stratejik yaklaşımlar gerektiren hususlara yeterince odaklanılamamaktadır. Yurtiçinde, uluslararası standartları esas alarak akreditasyon yapacak kuruluşların bulunmaması, hizmet standartlarının oluşmaması, kötü örneklerin yaşanma ihtimali ve yol açabileceği olumsuz ulusal imaj sağlık turizmi alanındaki gelişimi olumsuz yönde etkilemektedir.

İçsel güçlü ve zayıf yanlara ve dışsal fırsat ve tehditlere ilişkin yapılan tespitler bir bütün olarak değerlendirildiğinde, Türkiye'nin henüz sağlık turizminde "giriş evresindeki" bir aktörün özelliklerini sergilediği ileri sürülebilir. Sektörde büyük bir pazar payı elde etmek ve lider olabilmek için bir yandan güçlü yanlarını geliştirici ve zayıf yanlarını telafi edici, diğer yandan fırsatlardan yararlanıcı ve tehditleri bertaraf edici vizyon, hedef, yaklaşım ve projeler geliştirerek uygulamaya geçirmesi gerekmektedir. Sağlık turizmine yönelik vizyon, stratejik hedefler veya master strateji belirlenirken, özellikle aşağıda belirtilen alt stratejilere ilişkin değerlendirmeler ülke ölçeğinde veya kurum/kuruluş bazında yapılmalıdır:

Konum Stratejisi: Konum stratejisi ile, Türkiye'yi veya sağlık işletmesini sağlık turizmi aktörlerine (rakipler, müşteriler, yeni yatırımcılar, tedarikçiler ve ikame sektörler) karşı nasıl konumlandıracağı mümkün olacaktır. Dünyadaki mevcut ve potansiyel rakipler göz önüne alındığında, Türkiye'nin veya sağlık işletmesinin sağlık turizmindeki konumu ne olmalıdır? Sağlık sektöründe hangi alanlara yoğunlaşmalı veya öncelik vermelidir? Bu konumu belirlerken birincil derecede önemli stratejik müşteriler, sağlık turizmi sektöründeki yurtiçi ve yurtdışı tedarikçilerin pazarlık gücü, destekleyici ve ikame sektörlerin durumu nedir. Bütün bunlar göz önüne alındığında Türkiye veya sağlık işletmesi kendini sektör içerisinde nerede ve nasıl konumlandırmalıdır? Bunun için sağlık turizmi sektöründe "jenerik stratejiler" tanımlanmalı ve hangi jenerik strateji veya stratejilere ülke veya sağlık işletmesi olarak öncelik verilmesi gerektiği belirlenmelidir. Jenerik strateji tercihi, hangi müşterilere odaklanılması gerektiği, hangi hizmet kanallarının kullanılacağı, hizmet standardı, ne tür yönetsel yapılara ihtiyaç olduğu, ortak pazarlama ve bilgi paylaşım ağları olması gerektiği gibi hususlara açıklık kazandıracaktır.

Temel Yetkinlik Stratejisi: Temel yetkinlik stratejisi ile, Türkiye’yi veya sağlık işletmesini diğer ülke rakiplerinden farklı ve üstün kılabilecek kaynak ve kabiliyetlerin neler olması gerektiğini belirlemek için ihtiyaç duyulmaktadır. Stratejik konum belirlemek birinci adım ise, tercih edilen stratejik konuma dayanak oluşturacak yetkinlik veya kabiliyetleri belirlemek ikinci adım olacaktır. Yetkinlik inşası en önemli stratejik çalışmalardan biridir çünkü rekabet üstünlüğü elde etme ve sürdürmenin kaynağı yetkinliklerdir. Yetkinlikler kısa sürede inşa edilemez. Yetkinlikler uzun vadede yatırım yapmayı, beslemeyi ve geliştirmeyi gerektirir. Bu çerçevede cevaplanması gereken temel soru, Türkiye’yi veya sağlık işletmesini rakip ülkelerden farklı kılabilecek, tercih edilmesine yol açacak ve sürdürülebilir rekabet üstünlüğü sağlayacak yetkinlikleri ne olmalıdır ve nasıl inşa etmelidir?

İş Modeli Stratejisi: İş modeli stratejisi ile, Türkiye’nin veya sağlık işletmesinin sağlık turizmi hizmetini nasıl bir anlayış, süreç, sistem, örgütlenme tarzı, yaklaşım vs. ile sunacağını belirlemek mümkün olacaktır. İş modeli ile, hizmetin sunuş biçimi, kapsamı ve içeriği belirlenmiş olacaktır. Müşteriler açısından bakıldığında, iş modeli en çabuk takdir edecekleri ve dolayısıyla tercihlerini ona göre yapabilecekleri husustur. Bundan dolayı iş modeli stratejisi uygulamayla ilişkili kritik stratejik başarı faktörüdür ve master stratejinin en önemli bileşenlerinden biridir. İş modeli aynı zamanda dinamik olmak zorundadır. Diğer bir ifade ile, sağlık turizmi sektöründe kar bölgeleri zaman içerisinde değişim gösterecektir. Karlı alt sektör bölgelerini belirlemek, geliştirmek ve stratejik olarak yararlanabilmek için bir yandan değişimleri takip etmek diğer yandan da bunlara yönelik yeni iş modelleri tasarlamak ve hayata geçirmek kaçınılmaz olacaktır.

Sağlık turizminde lider ülkeler arasına girebilmek için sadece tıp alanında değil diğer birçok sektörde de atılım yapmak ve diğer ülkelerle rekabet edebilecek konumda olmak gerekmektedir. Çünkü sağlık turizmi sektörleri arası entegre bir yaklaşımı gerektirmektedir. Sağlık ile entegre düşünülecek sektörlerin başında, otelcilik, acentecilik, ulaşım, sigortacılık, pazarlama gelmektedir. Bir ülkenin yabancı turistler tarafından seçilebilmesi için tıptaki başarının yanı sıra birçok alanda duyulmuş ve iyi tanıtımı yapılmış bir ülke olması gerekmektedir. Kaliteli, güvenilir ve göze hitap eden turistik tesislere sahip olmak gerekmektedir. Tedavi hizmeti sağlayacak sağlık tesislerinin yanısıra zaman geçirilecek turistik tesis teminini disiplinli bir şekilde sağlayacak profesyonel acenteler sağlık turizminde önemli bir rolü olmaktadır. Bununla birlikte tedavi görecekları ülkenin çevresel koşulları da mutlaka hastanın morali açısından çok etkilidir. Bu nedenle, çevresel ve mimari düzenlemelere de önem arz etmektedir.

Türkiye’nin sağlık turizminde lider bir ülke haline gelebilmesi için yukarıda belirtilen stratejik yaklaşıma paralel olarak şu somut adımların atılması gerekir:

- Pazarlama çalışmalarına ağırlık verilmesi: Sağlık turizminde başarı büyük ölçüde pazarlamaya bağlıdır. Yurtdışında pazarlama faaliyetlerine ağırlık vermeyi gerektiren sağlık turizmi çok yönlü ve profesyonel bir pazarlama çalışması gerekmektedir.
- Standartlaştırma ve akreditasyon önem verilmesi: Ulusal ve uluslararası akreditasyon kuruluşlarıyla hizmet standartlarının belirlenmesi ve hayata geçirilmesi sağlık turizmi başarısı açısından kritik hususlardan biridir.
- Platform operatörlüğüne hem özel sektör hem de devlet destekli olarak bir an önce başlanması: Sağlık turizmi yönetimi ağırlıklı olarak elektronik ortamda yürütülen

ve birçok kurum ve alt sektörün entegrasyonuna dayanan platform yöneticiliği biçiminde yürütülmektedir. Sağlık turizmini büyük ölçekli yapabilmek için platform operatörlüğü kaçınılmaz görünmektedir.

• Devlet desteğinde “güven sistemlerinin” kurulması, denetlenmesi ve geliştirilmesi: Sağlık turizminin hareketliliğinin üzerinde gerçekleştiği zemin “güvendir.” Güvenin olmadığı bir ortam veya ilişki ağında sağlık turizminin gerçekleşmesi veya sürdürülmesi mümkün olmayacaktır. Güven tesisi ve geliştirilmesi bu açıdan kritik bir önem arz etmektedir.

• Entegre sistemlerin kurulması: Sektörün gelişmesi büyük ölçüde, ana (hastaneler) ve destekleyici kuruluş ve hizmetler (akreditasyon kuruluşları, pazarlama şirketleri, ulaşım şirketleri, sigorta şirketleri, tur operatörleri, vs.) arasında entegre sistemlerin kurulmasına (yasal altyapı, teşvikler, özendirici çalışmalar vs) bağlı olacaktır.

• Taşeron şirketlerin teşvik edilmesi ve hazırlanılması: Destekleyici şirketlerin (ulaşım şirketleri, turizm şirketleri, sigorta şirketleri vs.) geleneksel hizmet sunumundan farklı olarak sağlık turizmi aktörü haline gelebilmeleri için teşvik edilmeli ve desteklenmelidir.

• Ulusal sağlık turizmi master planının hazırlanması: Yukarıda belirtilen konum, temel yetkinlik ve iş modeli gibi alt stratejileri de içerecek geniş kapsamlı ve uzun vadeli bir “ulusal master stratejinin” geliştirilmesi ve belirlenen çerçevede planlı bir şekilde hayata geçirilmesi ulusal rekabet avantajı elde etmek ve sürdürebilmek için büyük önem taşımaktadır.

Sağlık turizmi, ülke ekonomisine sağlayacağı yüksek katkı ve bunun uzun vadede sürdürülebilme potansiyeli nedeniyle sağlık turizmi stratejik öneme sahip bir sektör niteliğindedir. London School of Economics and Politics tarafından yürütülen bir araştırmaya göre, önümüzdeki on yılda sağlık hizmetlerinin gelişmiş ülkelerin toplam gayri safi milli hâsılları içerisinde alacağı payın % 7-10 arasında değişeceği tahmin edilmektedir. Sağlık hizmeti bilgi yoğun bir özelliğe sahip olması, sağlık turizmini bilgi ekonomisinin tipik sektörlerinden biri olarak konumlandırmaktadır. Sağlık alanında bir yandan her geçen gün gözlenen yeni yaklaşımlar ve hizmet çeşitlenmesi, diğer yandan geliştirdiği ve yararlandığı yüksek teknolojiye bağlı artış sektörü çok daha fazla bilgi yoğun hale getirmektedir.

Yukarıda işaret edildiği üzere, Türkiye'nin giderek büyüyen bu pastadan büyük pay alabilmesi için yeni vizyon ve yaklaşımlara ihtiyaç duyulmaktadır. Sağlık turizmi Türkiye'nin düşük katma değerli ekonomik modelden yüksek katma değerli bilgi ekonomisine dönüşmesinde katalizör ve hızlandırıcı bir etki yapabilir. Henüz bilgi ekonomisinde önemli mesafeler alamamış bir ülke olarak Türkiye, sağlık turizmini stratejik sektör olarak ilan ederek ve bu doğrultudaki çabalarını artırarak önde giden ülkelerden biri olabilir. Türkiye hem sağlık hem de turizm alanında dünyanın sayılı ülkeleri arasında yer almakta ve yetkinliği olan bu iki sektörün entegrasyonundan oluşan sağlık turizminde lider olma potansiyeline sahip görünmektedir.

Turizm sektöründe en yüksek katma değer yaratan sağlık turizmi, ülkeye sadece turizm geliri sağlamamakta, ayrıca sağlık hizmeti sunan kuruluşları ile sağlık eğitimi veren tıp fakültelerinin standartlarının yükselmesi ve uluslararası kabul görmesine de önemli katkılar sağlamaktadır. Bilgi yoğun ve yüksek gelir yaratma potansiyeline sahip sağlık turizmi hizmetinin sunumunda mevcut durumda bir rekabetin yaşandığı ve önümüzdeki yıllarda rekabetin şiddetlenerek artacağından şüphe yoktur.

6. Sonuç

Bu çalışmada, esas itibariyle, medikal turizme ilişkin sağlık kurumlarından toplanan verilerin ışığında hizmet alanların sayısı, geldikleri ülkeler, hangi branşlarda hizmet aldıkları vb. hususlara ilişkin durum tespiti yapılmıştır. Verilere dayalı bu analizlerin yanı sıra, Türkiye'nin sağlık turizmi alanında stratejik değerlendirmesi yapılmıştır. Yapılan stratejik değerlendirmede, Türkiye'nin sağlık turizminde “giriş evresindeki” bir aktörün özelliklerini sergilediği tespiti yapılmıştır. Hızla büyüyen ve katma değeri yüksek olan bu sektörden yüksek pay alabilmesi için Türkiye'nin sağlık turizmini stratejik önceliği olan sektörler arasında değerlendirmesi gerekmektedir.

Bu alanda dünya ölçeğinde rekabet üstünlüğü elde etmek ve sürdürülebilmek için konjonktürel veya doğaçlama çözümler yerine uzun vadeli “vizyoner rekabetçi stratejiler” çerçevesinde bilinçli ve planlı yaklaşımlara ihtiyaç bulunmaktadır. Yarattığı yüksek katma değer nedeniyle, sağlık turizmi gelişmiş ülkelerin büyük yatırımlar yaptıkları ve dolayısıyla rekabetin her geçen gün arttığı bir sektör haline gelmektedir. Rekabetin yüksek olduğu böylesi bir sektörde rekabet üstünlüğü elde etmek ve sürdürülebilmek için (i) ilkler arasında yer almanın avantajına (firstmoveradvantage) sahip olma, (ii) taklidi kolay olmayan yetkinlikler inşa etme ve (iii) bu yetkinlikleri geliştirmeye sürekli yatırımlar yapma kaçınılmaz olmaktadır. Kısaca, sanayi ekonomisini olgun bir şekilde yaşamadan bilgi ekonomisine sıçrayabilmek için sağlık turizmi Türkiye için önemli fırsatlar sunan sektörlerin başında gelmektedir. Bunun gerçekleşmesi, büyük ölçüde, bir “vizyon ve liderlik” işi olacaktır.

Bunun için, yönetsel açıdan, Türkiye'yi dünyada konumlandırarak, kurumsal yetkinliklerini inşa edecek, etkili iş modelleri geliştirecek çalışmalara ihtiyaç duyulmaktadır. Diğer yandan, bilimsel açıdan, sağlık turizmini insan kaynakları, pazarlama, kurumsal ve yönetsel kapasite, potansiyel dış pazarlar vs. bakımlarından ele alacak araştırmalara acilen ihtiyaç duyulmaktadır. Bu araştırmaların, uluslararası karşılaştırmalara olanak sağlayacak şekilde olması çok daha yararlı olacaktır.

KAYNAKLAR

- Akat, Ö. (2000). Pazarlama Ağırlıklı Turizm İşletmeciliği. Motif Matbaa. Bursa, Türkiye.
- Aksu, A. (2001). Turistin Sağlığı. Yeni Türkiye Dergisi, 7, 39.
- Aymakuy, Y. (2003). Kongre Turizmi ve Fuar Organizasyonları. Detay Yayıncılık. Ankara, Türkiye.
- Bakırcı, M. (2002). Eko Turizm II. Turizm Şurası Bildirileri, Turizm Bakanlığı Yayınları.
- Bookman, M., & Bookman, K. R. (2007). Medical Tourism in Developing Countries. New York: New York: Palgrave Macmillan .
- Coheur, A. (2003). “Hospital Cooperation: In Border Regions in Europe Practical Experiences- Perspectives”, Free Movement and Cross-Border Cooperation in Europe: The role of Hospitals & Practical Experiences in Hospitals. Luxembourg: Ententes Hospitales Luxembourgeois.
- Connell, J. (2006). Medical Tourism: Sea, Sun, Sand and ... Surgery. Tourism Management, 27, 1093-1100.
- Diñçer, S. (1995). “Dogu Karadeniz Yayıllar Bölgesinde Kültürel-Fiziki Çevre Etkilesimi ve Turizm İlişkileri Üzerinde Bir İnceleme”, İstanbul Teknik Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi.
- Erdoğan, H. (1995). Ekonomik Sosyal Kültürel Çevresel Yönleri İle Uluslararası Turizm, Uludağ Üniversitesi Yayınları, 18, 003-0275.
- Garcia-Altes, M. (2005). The Development of Health Tourism Service. Annals of Tourism Research , 222-266.
- Gilbert, E. (1954). Brighton: Oldocean'sbauble. London: Methuen
- Gonzales, A., Brenzel, L., Sancho, J. (2001). Health Tourism and Related Services, Caribbean Development and International Trade. Final Report. (Web: (http://www.crn.org/index.php?option=com_docman&Itemid=85).
- Iordoche, C., Ciochina, I., & Roxana, P. (2013). Medical Tourism-between the content and socio-economic development goals. Development strategies. RRM-1 , 31-42.
- Jagyasi, P. (2009). Medical Tourism Blue. Medical Tourism Magazine , 310 (14).
- Kim, H.-m., Leong, P., Heob, E., Anderson, B., & Gaitz, C. (2009). Medical Tourism from U.S. to Border. Current Status and Future Prospects , 319(14).
- Lee, C., & Spisto, M. (2007). Medical Tourism: The Future of Health Services. 12th international Conference on ISO 9000 and TQM, (pp. 1-7). Taichung.
- Kaya, H. (1996). İnanç Turizmi. Özhan Matbaası, Bursa.
- Maini, Anil K. (2009). Sağlık Turizminin Geleceği. Sağlık Turizmi Bülteni, 7,22.
- Mugomba, C. & Cabellero - Danell, S. (2007), “Medical Tourism, and its Entrepreneurial Opportunities - A Conceptual Framework for Entry in to the Industry” Tourism and Hospitality Management Master Thesis School of Business, Economics and Law, Goteborg University.
- Özdemir, M. (1998). Turizme Fiske Tasarımları (1989-1998). Rekmay Ltd. Sti Matbaası, Ankara.
- Sağlık Bakanlığı (2012), Türkiye Medikal Turizmi Değerlendirme Raporu, <http://www.saglik.gov.tr>
- Sağlık Bakanlığı (2011), Medikal Turizm Araştırması, <http://www.saglik.gov.tr>
- Smyth, F. (2005). Medical Geography: Therapeutic places, spaces and networks. Progress

in Human Geography, 29, 488-495.

- Yalçın, P. (2006). Türkiye’de Sağlık Turizminde Altyapı Olusturulma Gereği ve Sağlık Kurumlarına Yönelik Bir Arastırma. Ankara Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İletme Anabilim Dalı, Hastane İletmeciliği Bilim Dalı (Yüksek Lisans Tezi)
- Yıldırım, H.H. (2004). Avrupa Birliği Sağlık Politikaları ve Avrupa Birliği’ne Üye ve Aday Ülke Sağlık Sistemlerinin Karşılaştırmalı Teknik Verimlilik Analizi: Veri Zarflama Analizine Dayalı Bir Uygulama. Yayınlanmamış Bilim Uzmanlığı Tezi ,Hacettepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Yıldırım, H. H. & Altınkaya, Ü. (2006): “Türkiye’nin Sağlık Turizmi Potansiyeli ve Güçlükler”, www.absaglik.com/.

İnternet Kaynakları:

<http://www.kultur.gov.tr/>

<http://www.lefigaro.fr>

<http://www.oxan.com/>

<http://www2.unwto.org/>

<http://www.healthmedicaltourism.org>

<http://www.saglik.gov.tr>

<http://www.saglikturizmi.org.tr>

<http://chiejinaalex.blogspot.com/2011/05/medical-tourism-killing-nations-health.html>

Strategic Analysis of Medical Tourism in Turkey and Strategy Recommendations

Mehmet BARCA Yıldırım Beyazıt University Scholl of Management, Çankaya, Ankara, Turkey barcamehmet@gmail.com	Erdal AKDEVE Yıldırım Beyazıt University Scholl of Management, Çankaya, Ankara, Turkey erdal.akdeve@ybu.edu.tr	İklim GEDİK BALAY Yıldırım Beyazıt University Scholl of Management, Çankaya, Ankara, Turkey igbalabay@ybu.edu.tr
--	--	---

Extensive Summary

Introduction

The progress in the Health Tourism emerged in connection with the developments in medicine (Connell, 2006). In this respect, it is sector in which medicine and Tourism come together and integrated. During the period when medicine and technology were not adequately advanced in the developing and underdeveloped countries, the patients, who can afford, from those countries used to go to the developed countries for medical treatment. However, since in recent years the developing and underdeveloped countries, particularly Turkey, improved themselves in medical sector so now they can compete against the developed countries, and since the medical treatment expenses are cheaper than they are in the developed countries, the route of the Health Tourism has completely changed.

It is obvious that observed new situation is the important opportunity for export of health services abroad. In this connection, to get the largest share of health exports, countries improve competency strategies, business models, and regulations and to make infrastructure investments. In addition to the commercial aspect of health tourism, it is possible that health tourism can be new research area in the literature. Since the accumulation of the data is not enough, so far scientific studies include basic definitions.

To determine the current status of Turkey's Health Tourism, following studies will be done:

- To determine the distribution of the medical Tourism patients who come to Turkey in public and private hospitals,
- To determine in which hospitals which branches do the medical Tourism patients who come to Turkey prefer,
- To determine which cities and what kind of hospitals have priority in Turkey within the scope Health Tourism,
- To analyze the Health Tourism according to the data obtained,
- To make evaluation for creating market by identifying which countries would prefer Turkey in the field of medical Tourism.

In addition, in this study the current state of Turkey has been evaluated within the framework of SWOT (strengths, weaknesses, opportunities, threats) analysis. SWOT analysis provides a balanced assessment on the state of Health Tourism in Turkey, forming the basis of the policy documents (both strong and weak, both in terms of opportunities and threats) that would be developed in the future.

Methodology

The main contribution of this study is making analysis and assessment of data provided by the Department of Health Tourism. The information, qualified as primary data was gathered by the following two ways:

- An official letter No. 2082 dated January 16, 2012 has been sent to 81 provincial health directorates which request all public and private hospitals in the provinces to provide data under two categories, “Health Tourism” and “Health Tourists”,

- Department of Health Tourism has a website called “Foreign nationals Patient Tracking System.” This web registration system registers the data related to the foreign patients in all hospitals in 81 provinces. The data stored in the system is obtained as monthly reports.

After data collection, the data were analysed for the purposes of the study. Excel and SPSS programs were used. Results are interpreted.

In this study there are two limitations. First, information regarding the small-scale health care institutions and data related to medical tourists who have not been recorded in the country were excluded from evaluation.

Second, because of collecting last two-year data by the ministry of health, advance analysis (factor analysis, trend analysis, etc.) cannot be made.

Discussion

Overall strategy should be supported by some sub strategies, during determining the vision, strategic purposes or master plan regarding to medical tourism. These sub strategies are described as follows:

- i. Position strategy.
- ii. Core competence strategy
- iii. Business model strategy

In order to become a leader for Turkey in the medical tourism sector; paralleling the strategic approach, the following concrete steps should be taken:

- Focus on marketing studies.
- Give importance to standardization and accreditation.
- Medical tourism platform should be initiated through both public and private support.
- Establish, audit and develop the trust systems in government-sponsored.
- Establish the integrative systems.
- Promote subcontractors in the medical tourism.
- Prepare the national master plan of medical tourism.

In order to have a competitive advantage in the global level, there is an urgent need for conscious and planned approaches in the framework of long-term “visionary competitive strategy” instead of cyclical and improvised solutions. Medical tourism due to creating the high value added, has become a sector, where large scale investments by developed countries and the competition increased day by day. To achieve and sustain competitive advantage in the medical tourism sector with high competition:

- (i) first mover advantage
- (ii) unique competencies
- (iii) continuous investments to competencies.

The aspect of “vision and leadership” achieving above aims will be important steps.

Positioning Turkey in the global market, building the institutional competencies and developing effective business models are required from the perspective of management. From the point of scientific view, on the other hand, diverse studies in field of human resource, marketing, institutional and management capacity, potential foreign markets, and etc. are immediately needed. It will be more much useful giving the opportunity for international comparisons.