

Sağlık Turizmi

Editör

Prof. Dr. Dilaver TENGİLİMOĞLU

2. Baskı Önsözü

Dünyanın, turist girişleri açısından 10. büyük turizm destinasyonu olan ülkemiz, son yıllarda sağlık alanında yaptığı önemli reformlar, sağlık tesislerinde görülen gelişmeler ve özellikle özel hastanelerin bu alanda gösterdiği profesyonel çabalar sonucunda, sağlık turizminde yaşanan olumlu gelişmeler dikkat çekmektedir. Ülkemiz, gerek turizm ve gerekse de sağlık sektörü açısından, dış dünya ile rekabet gücünün artışında önemli bir gelişme kat etmiştir. Sağlık ve turizm sektörlerinin çakıştığı sağlık turizmi alanı, ülke ekonomileri açısından son yıllarda büyük önem arz etmeye başlamıştır. Bu iki sektörün sinerjisi ile sağlık turizmi alanında, Türkiye'nin dünya pazarından hak ettiği yeri alması için ise tüm tarafların desteğine ihtiyaç vardır.

Turizm, yarattığı katma değer, istihdam ve döviz geliri bakımından Türkiye ekonomisinde son 20 yılda önemli atılım gösteren sektörlerden biri haline gelmiştir. Türk turizminin uluslararası turizm geliri içindeki payı; 2000 yılında %1,6 iken, 2011 yılında bu oran %2,2'ye ulaşmıştır. Aynı dönemde yabancı turist sayısı 10,4 milyon kişiden, 31,5 milyon kişiye çıkarken, turizm geliri ise 7,6 milyar dolardan 23 milyar dolara yükselmiştir. 2016 yılı verilerine göre, Türkiye'ye 32.6 milyon turist gelmiştir ve ülkemiz dünyada en çok turist kabul eden ülkeler sıralamasında 10. sırada yer almıştır. Turizm içerisinde sağlık turizminin payı ise çok düşük seviyededir (yaklaşık %1 civarında). Ancak normal bir turistin yaklaşık 10 katı daha fazla gelir getirme potansiyeli sahip olan sağlık turizminin önemi son yıllarda kavranmıştır. Nitekim bu alanda gerek ülkemizde gerekse dünyada çok sayıda kitap, makale, tez yazılmış, kongre ve sempozyum düzenlenmiştir.

En genel anlamda sağlık turizmi, kendi yaşadığı yerden başka yerlere sağlık amacı ile seyahat eden insanların oluşturduğu turizmdir. Geçmiş yıllarda sağlık turizmi denilince ülkemizde ilk akla gelen termal ve spa turizm olmuştur. Bunun nedeni, su kaynakları açısından Türkiye'nin zengin olmasının yanı sıra, sağlık turizminin diğer alanlarının (medikal turizm ve yaşlılara yönelik bakım ve rehabilitasyon hizmetlerinin) yeterince gelişmemiş olmasıdır. Bu nedenle de, yapılan çalışmalarda ağırlıklı olarak termal turizm konusunun işlendiği görülmektedir.

Sağlık turizminin literatürdeki genel kabul görmüş sınıflandırılmasına göre, temel 3 alt bileşeni: (i) Termal turizm ve spa-wellnes turizmi, (ii) Medikal

turizm, (iii) Yaşlılara ve özürllülere yönelik bakım ve rehabilitasyon hizmetlerini de içeren turizm hizmetleri olduğu görülmektedir.

Gelişmiş ülkelerde ortalama ömrün uzaması ve genel nüfus içindeki yüzdesinin her yıl artması, ileri yaş bakım gereksinimleri karşılamak ve ileri yaş grubunun “daha sağlıklı” olmasını sağlamak için ayrılan medikal harcamalarda tasarruf arayışını sağlayacak yöntemleri aramaya itmektedir. Termal ve medikal tedavi amaçlı turizm yanında ileri yaş turizmi de önemli bir sağlık turizmi dalı haline gelmiştir. Rehabilitasyon/ bakım hizmetlerini de içeren ileri yaş turizmi sağlık turizmi alanında önemli bir pazar imkanı sunmaktadır. Özellikle Kuzey Avrupa ülkeleri bu konuda önemli bir pazar oluşturmaktadır. Örneğin, ortalama insan ömrü İsveç’te 2010 yılı itibariyle 80 yaşı aşmakta ve 9,5 milyon nüfuslu ülkede 65 yaş olan emeklilik sınırını aşanların oranı %18’i bulmaktadır. 2030’da ise bu oranın yüzde 30’a ulaşacağı tahmin edilmektedir.

Bir diğer sağlık turizmi bileşeni olan medikal turizm, son yıllarda ön plana çıkmış bir turizm alanıdır. Yukarıda da belirtildiği üzere, başta gelişmiş ülkeler olmak üzere dünya nüfusunun giderek yaşlanması ile hastalık yükü içerisinde kronik hastalıkların ağırlığının artması ve buna bağlı olarak artan tedavi harcamaları, hem ülkelerin sosyal güvenlik sistemlerini, hem de genel olarak tedavi hizmetlerini kısmen ya da tamamen kendi gelirleriyle karşılayan kişileri zorlamıştır. Ayrıca, sağlık olanakları ve sağlık uzmanlarının yetersizliğiyle, muayene ve tedavi için bekleme sürelerinin uzunluğu ve sağlık prosedürlerinin yetersizliği, yükselen sağlık sigortaları ve sağlık harcamaları, diğer taraftan, ülkeler arası ulaşım imkânlarının artması ve iletişim teknolojilerinin hızla gelişmesine bağlı olarak yurt dışındaki hastaneler hakkında daha kolay bilgi edinebilmeleri kişilerin sağlık hizmeti almak için yurt dışına çıkmalarını kolaylaştırmıştır. Dolayısıyla, kişilerin hem bekleme sürelerinden kurtulmaya yönelik hem de daha düşük maliyetli hizmet alma taleplerindeki artış ve gelişmiş ülkelerde sağlık turizmi konusunda yapılan düzenlemeler medikal turizmin giderek önem kazanmasında etkili olmuştur.

Bu durum kişilerin maliyetleri daha düşük olan Hindistan, Tayland (Thailand), Singapur (Singapore), Malezya (Malaysia), Hollanda (Nederland), Polonya (Poland) ve Meksika (Mexico) gibi ülkelere tedavi olmak amacıyla gitmelerine sebep olmaktadır.

Türkiye’nin sağlık turizmi pastasından istediği payı alabilmesi için sağlık kuruluşlarının hizmet kalitesini geliştirmesi ve akredite olmaları, fiziksel ve tıbbi donanım açısından yeterli hale gelmeleri ve daha ucuz tedavi sunmaları yanı sıra başka enstrümanları da kullanmaları gerekmektedir. Marka hastaneler yaratmak veya Hindistan’ın müslüman ülkelere gelecek hastaları çekmek için uyguladığı “Helal Sertifikalı Hastaneler” uygulamaları gibi yeni pazarlama yöntemleri belirlemesi gerekmektedir. Türkiye’nin gerek İslam ülke-

lerinden, gerekse Türk Cumhuriyetlerinden hastaları kendisine çekmesi için JCI akreditasyonun yanı sıra, tarihi ve kültürel yakınlığı, yemek, dini hassasiyetler ve alternatif ürünler gibi manevi ve kültürel miraslar gibi faktörleri de devreye sokmasında yarar vardır. Avrupa ve diğer gelişmiş ülkelerden hasta çekilmesi için ise, nitelikli uzman kadroların varlığı, hasta güvenliği ve temizlik gibi hijyen faktörlerini ön plana çıkartmasının yanı sıra ulaşımda ucuzluk sağlayarak (hava yolu şirketleri ile anlaşarak) ve vizesiz hasta kabulü gibi stratejileri de devreye sokarak pazar payını artırması mümkün olabilecektir. Bunun yanı sıra hükümet medikal turizm sektörünü teşvik etmek ve desteklemek için sağlık serbest bölgeler yanında, yatırımcılara ve sağlık işletmelerine yönelik çeşitli teşvikler sunabilir.

Ülkemizde son yıllarda sağlık turizmi konusunda yapılan araştırma ve çalışma sayısında önemli bir artış olduğu görülmektedir. Sağlık Bakanlığı ve Devlet Planlama Teşkilatınca bu konuda yapılan proje, kongreler yanı sıra üniversitelerde yapılan tez çalışmaları ve makalelerde önemli bir artış olduğu görülmektedir. Ancak ülkenin pazar payının artırılmasına yönelik çalışmaların bütüncül bir bakış açısıyla yapılmadığı görülmektedir. Ayrıca, Türkiye Turizm Stratejisi-2023 ve Eylem Planı (2013), ülkemizin doğal, kültürel, tarihi ve coğrafi değerlerini koruma-kullanma dengesi içinde kullanmayı ve turizm alternatiflerini geliştirerek ülkemizin turizmden alacağı payı arttırmayı hedef almaktadır. Türkiye Turizm Stratejisi-2023'ün öngördüğü hedeflerle ülkemizin her yanına dağılmış durumda bulunan sağlık, termal, vb. açılardan önemli yer ve yerleşmelerin tek tek ele alınmasından çok bunların birbirleriyle uyumu sayesinde daha cazip ve daha güçlü alternatif varış noktaları ve güzergâhlar oluşturulması öngörülmektedir¹ denilmektedir.

Sağlık Turizminin geliştirilmesi konusunda, Sağlık Bakanlığı, son yıllarda önemli adımlar atmış, bu konuda birimler oluşturmuş ve uluslararası kongrelerin organize edilmesinde öncülük etmiştir. Ayrıca Sağlık Bakanlığına bağlı ve Sağlık turizmi alanında faaliyet gösterecek hastanelerde konaklama hizmetlerinin kalitesini geliştirmek amacıyla, hastane yönetim kadrolarına otelcilik hizmetleri müdürlüğü kadrolarını tahsis etmiştir. 2017 yılında ise 'Uluslararası Sağlık Turizmi ve Turistin Sağlığı Hakkında Yönetmelik' yayınlamıştır. Ayrıca Turizm Fakültelerinde ve Sağlık Kurumları İşletmeciliği/ Sağlık Yönetimi bölümlerinde "sağlık turizmi" dersinin ders müfredatlarına konulmaya başladığı görülmektedir. Bunlara ilave olarak, özellikle akredite olmuş bazı özel hastanelerin ve üniversite hastanelerinin de bu konuya giderek artan bir önem verdikleri gözlenmektedir. Sağlık turizmi alanında bilgi eksikliğini gidermek amacıyla, turizm, sağlık turizmi ve sağlık kurumları işletmeciliği

¹ 9.Kalkınma Planı,s.62

alanında uzman akademisyenlerin ve hastane yöneticileri ve sivil toplum örgütü temsilcilerinin katkıları ile hazırlanan bu çalışmada, konu çok boyutlu olarak ele alınmıştır. Birinci baskıda Turizm ve Türleri, ekonomiye katkısı ve turizm politikaları, sağlık turizminin üç ana bileşeni (Medikal turizm, Termal Turizm, ileri yaş ve engelli turizmi) ayrı ayrı ele alınmış, sonraki bölümlerde ise sırası ile sağlık turizminde pazarlama stratejileri, sağlık turizminde tanıtım ve tutundurma karması elemanları, turist sağlığı ve turizmde çalışan sağlığı, sağlık turizminde etik, sağlık turizmi alanında yapılmış bilimsel çalışmalara yer verilmiştir. İkinci baskıda birinci baskıdaki konulara ilave olarak, Sağlık Turizminde Dijital Pazarlama, Sağlık Turizminde Markalaşma, Sağlık Turizminde Aracı Kurumlar, Sağlık Turizminde Teşvik Politikaları, Sağlık Turizminde Kalite ve Akreditasyon, Sağlık Turizminde İnovasyon konularına ve ekler bölümünde ise yeni yayınlanan yönetmelik, teşvik kararı ve genelgesine yer verilerek kitap daha da zenginleştirilmiştir. Bu çalışmanın sağlık turizmi konusunda faaliyet gösteren kuruluşlar yanında, alanda insan gücü yetiştiren üniversiteler için yararlı bir kaynak teşkil edeceğini ümit ediyoruz. Çalışma, sizlerin değerli katkı ve eleştirileri ile daha da zenginleşecektir. Kitabın hazırlanmasında katkı veren değerli yazarlarımıza, dizgisinde yardımcı olan meslektaşlarım Doç.Dr. Asuman Atilla ve Yrd. Doç. Dr. Aysu Zekioğlu'na; Siyasal Kitabevi çalışanlarına teşekkür ediyor, saygılar sunuyorum.

Ankara, Ekim 2017

Prof. Dr. Dilaver TENGİLİMOĞLU
EDİTÖR

İçindekiler

1. BÖLÜM:

TURİZM KAVRAMI, TURİZMİN TARİHÇESİ, ÜLKE EKONOMİLERİNE KATKISI VE TURİZM İSTATİSTİKLERİ

1.1. TURİZM KAVRAMI.....	17
1.2. TURİZMİN TARİHÇESİ.....	22
1.3. TURİZM İSTATİSTİKLERİ VE SAĞLIK TURİZMİNİN ÜLKE EKONOMİLERİNE KATKISI.....	31
1.3.1. Turizm İstatistikleri.....	33
1.3.2. Sağlık Turizminin Ülke Ekonomilerine Katkısı.....	36
Kaynaklar.....	39

2. BÖLÜM:

TURİZM TÜRLERİ VE TURİZM POLİTİKALARI, DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE SAĞLIK TURİZMİ

2.1. TURİZM VE TURİZM TÜRLERİ.....	43
2.2. DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE SAĞLIK TURİZMİ.....	51
2.3. SAĞLIK TURİZMİ ÇEŞİTLERİ.....	53
2.3.1. Medikal (Tıbbi) Turizm.....	53
2.3.2. Termal (Kaplıca) Turizmi.....	54
2.3.3. Yaşlı Bakımı ve Engelli Turizmi.....	56
2.3.4. Spa & Wellness Turizmi.....	57
Kaynaklar.....	58

3. BÖLÜM:

TERMAL TURİZM VE SPA/WELLNESS

3.1. TERMAL TURİZM VE SPA TURİZMİ.....	61
3.2. TERMAL TURİZM.....	62
3.3. TERMAL TURİZMİN İŞLEVLERİ.....	73
3.4. TERMAL TURİZMİN ORTAYA ÇIKIŞI VE GELİŞİMİ.....	77
3.5. DÜNYADA VE TÜRKİYEDE TERMAL TURİZM.....	78
3.6. TERMAL TURİZM İLE İLGİLİ HEDEFLER ve YAPILMASI GEREKENLER.....	92
Kaynaklar.....	95

4. BÖLÜM: DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE MEDİKAL TURİZM

4.1 DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE MEDİKAL TURİZM	99
4.2. MEDİKAL TURİZMİN NEDENLERİ.....	102
4.3. MEDİKAL TURİZM BÖLGELERİ.....	104
4.3.1. Hindistan.....	106
4.3.2. Tayland	107
4.3.3. Singapur.....	108
4.3.4. Amerika Birleşik Devletleri (ABD)	108
4.3.5. Malezya.....	109
4.3.6. Almanya.....	109
4.3.7. Meksika.....	110
4.3.8. Güney Afrika	111
4.3.9. Brezilya	111
4.3.10. Kosta Rika	112
4.3.11. Türkiye	112
Kaynaklar	118

5. BÖLÜM: İLERİ YAŞ VE ENGELLİ TURİZMİ

5.1. İLERİ YAŞ VE ENGELLİ TURİZMİ	121
5.2. YAŞLI KAVRAMI.....	122
5.2.1. Nüfusun Yaşlanması.....	123
5.2.2. Sağlıklı Yaşlanma.....	127
5.2.3. Yaşlı Bakımı	130
5.3. TURİZMDE İLERİ YAŞ PAZARININ ÖNEMİ.....	132
5.4. İLERİ YAŞTAKİ YETİŞKİMLERİN TURİZM İHTİYAÇLARI VE TURİZME YÖNELİK MOTİVASYONLARI	135
5.5. TÜRKİYE'DE İLERİ YAŞ TURİZMİ	138
5.6. ENGELLİ KAVRAMI	142
5.6.1. Ortopedik Engeller.....	143
5.6.2. İşitme/Konuşma Engelleri.....	143
5.6.3. Görme Engelleri	143
5.6.4. Hastalıklar	143
5.6.5. Zihinsel Engeller, Ruh Hastalıkları ve Duygusal Bozukluklar	144
5.6.6. Yasal Çerçeve	144
5.7. SEYAHAT ENGELLERİ.....	146
5.8. KOLAYLAŞTIRICI DÜZENLEMELER	146
5.9. ENGELLİLERİN SEYAHAT PLANLAMASI.....	148
5.9.1. Seyahat Acentesi	149
5.9.2. Engellilere Yönelik Seyahat Acenteleri	149
5.9.3. Engelliler İçin Rehber Kitaplar.....	149
5.10. DÜNYA ENGELLİ TURİZM PAZARI	150
5.11. TÜRKİYE'DE ENGELLİ TURİZMİ	152
Kaynaklar	156

6. BÖLÜM:
SAĞLIK TURİZMİNDE ÖNCÜ ÜLKELER, TURİZM POLİTİKALARI VE
PAZARLAMA STRATEJİLERİ

6.1. SAĞLIK TURİZMİ ÇEŞİDİ OLARAK DÜNYADA MEDİKAL TURİZM VE ÖNCÜ ÜLKELER.....	161
6.2. MEDİKAL TURİZM	163
6.3. MEDİKAL TURİZMDE ÖNE ÇIKAN ÜLKELER	165
6.3.1. Medikal Turizmde Lider Ülkeler	167
6.3.2. Medikal Turizmde Öne Çıkan Tedaviler	174
6.4. TÜRKİYE'DE SAĞLIK TURİZMİ VE PAZARLAMA STRATEJİLERİ.....	174
6.4.1 Türkiye'nin Sağlık Turizmi Pazarlamasında Durum Analizi ve Pazarlama Stratejileri.....	180
6.4.2. Medikal Turizm Pazarlamasında Pazarlama Karması ve Stratejileri	182
Kaynaklar	192

7. BÖLÜM:
TURİST SAĞLIĞI HİZMETLERİ

7.1. TURİST SAĞLIĞI HİZMETLERİ	195
7.2. TURİST KAVRAMI ve TÜRLERİ	196
7.3. SAĞLIK TURİSTİ KAVRAMI	198
7.4. TURİST SAĞLIĞI KAVRAMI	199
7.5. TURİSTLERİN KARŞILAŞTIĞI GENEL SAĞLIK SORUNLARI	200
7.6. TURİSTLERİN ÖNCELİKLİ OLARAK TERCİH ETTİKLERİ SAĞLIK HİZMETLERİ VE BUNA ETKİ EDEN NEDENLER	203
7.7. TURİST SAĞLIĞI HİZMETLERİNİN TAŞIMASI GEREKEN ÖZELLİKLER	205
7.8. TURİZM SEKTÖRÜNDE İŞ SAĞLIĞI VE GÜVENLİĞİ.....	208
7.8.1. Turizm Sektöründe İş Sağlığı ve Güvenliğini İle İlgili Sorunlar.....	209
7.8.2. Turizm Sektöründe İş Sağlığı ve Güvenliği için Çözüm Önerileri.....	212
Kaynaklar	212

8. BÖLÜM:
SAĞLIK TURİZMİNDE ETİK VE HASTA HAKLARI

8.1. ETİK KONUSUNA KAVRAMSAL BİR BAKIŞ	217
8.2. TEMEL ETİK İLKELER.....	223
8.3. TURİZM VE ETİK	225
8.4. TÜRKİYE'DE SAĞLIK TURİZMİ.....	229
8.5. SAĞLIK TURİZMİ VE ETİK.....	232
8.6. HASTA HAKLARI	237
Kaynakça.....	239

9. BÖLÜM:
SAĞLIK TURİZMİNDE PAZAR BÖLÜMLENDİRME VE HEDEF PAZAR

9.1. PAZAR BÖLÜMLENDİRME.....	243
9.1.1. Pazar Bölümlendirmenin Tanımı ve Amacı	244
9.1.2. Pazar Bölümlendirmenin Yararları.....	245
9.1.3. Etkin Pazar Bölümlendirmesi	246
9.1.4. Pazar Bölümlendirme Kriterleri (Ölçütleri)	247
9.2. HEDEF PAZAR SEÇİMİ	253
9.2.1. Hedef Pazar Seçme Stratejileri	254
9.2.2. Hedef Pazar Seçme Süreci	258
9.3. TÜRKİYE'NİN SAĞLIK TURİZM POTANSİYELİ VE HEDEF PAZARLARI	265
Kaynaklar	268

10. BÖLÜM:
SAĞLIK TURİZMİNDE MARKALAŞMA

10.1. SAĞLIK TURİZMİNDE MARKALAŞMA	271
10.2. MARKANIN YARARLARI.....	273
10.3. SAĞLIK HİZMETLERİNDE MARKA KAVRAMI.....	275
10.4. SAĞLIK İŞLETMELERİNDE MARKANIN ÖNEMİ	277
10.5. SAĞLIK HİZMETLERİNDE MARKA OLUŞTURMA	279
10.5.1. Sağlık İşletmelerinde Marka Geliştirme	280
10.5.2. Sağlık İşletmelerinde Marka Değeri Ölçümü	283
10.5.3. Sağlık İşletmelerinde Markayı Yeniden Konumlandırma	285
10.6. SAĞLIK TURİZMİNDE MARKALAŞMA SÜRECİ.....	286
10.6.1. Sağlık Turizminde Ülke Seçiminde Etkili Olan Faktörler.....	291
10.6.2. Sağlık Turizmi Markalaşma Sürecinde Dikkat Edilmesi Gereken Hususlar	292
Kaynaklar	293

11. BÖLÜM
SAĞLIK TURİZMİNDE DİJİTAL PAZARLAMA

11.1. SAĞLIK TURİZMİNDE DİJİTAL PAZARLAMA	297
11.2. DİJİTAL PAZARLAMA NEDİR?	298
11.2.1. Tanımı	298
11.2.2. Gelişimi	298
11.2.3. Dijital Pazarlama Geleneksel Pazarlamaya Karşı.....	301
11.2.4. Dijital Pazarlama ve Tüketici	303
11.2.5. Dijital pazarlama stratejileri.....	305
11.2.6. İtme ve Çekme Stratejileri	306
11.2.7. Dijital Pazarlama Stratejileri Oluştururken Başvurulan Yöntemler.....	308
11.3. DİJİTAL STRATEJİK PAZARLAMA ARAÇLARI	311
11.3.1. Çevrimiçi Reklamlar	311
11.3.2. Web Sitesi	316
11.3.3. Sosyal Medya	318

11.3.4. Arama Motoru Pazarlaması	321
11.3.5. E-Posta pazarlaması.....	322
11.3.6. Mobil pazarlama	323
11.3.7. Tıklama başına ödeme (Pay Per Click (PPC)).....	325
11.3.8. Gelir Ortaklığı (Affiliate marketing) Pazarlaması	326
Kaynaklar	326

12. BÖLÜM:

MEDİKAL TURİZMDE KALİTE VE AKREDİTASYON

12.1. MEDİKAL TURİZMDE KALİTE VE AKREDİTASYON	329
12.2. KALİTE, AKREDİTASYON VE KALİTE GÜVENCESİ KAVRAMLARI	331
12.3. MEDİKAL TURİZMDE KALİTE VE AKREDİTASYON KAVRAMLARI.....	333
12.4. MEDİKAL TURİZMDE KALİTE GÖSTERGELERİ.....	336
12.5. MEDİKAL TURİZMDE KALİTE VE AKREDİTASYONA YÖNELİK UYGULAMALAR...	338
12.5.1. Uluslararası Akreditasyon	339
12.5.2. Kalite Standartlarına Uygunluk.....	343
12.5.3. Hasta Güvenliği.....	347
Kaynaklar	354

13. BÖLÜM:

SAĞLIK TURİZMİNDE TEŞVİK (DEVLET DESTEĞİ) POLİTİKALARI

13.1. SAĞLIK TURİZMİNDE TEŞVİK (DEVLET DESTEĞİ) POLİTİKALARI	359
13.2. DÜNYA'DA SAĞLIK TURİZMİNİN GELİŞTİĞİ BAZI ÜLKELERDE SAĞLIK TURİZMİNE YÖNELİK UYGULAMALAR	361
13.3. DÜNYA'DA SAĞLIK TURİZMİNİN GELİŞTİĞİ BAZI ÜLKELERDE SAĞLIK TURİZMİNE YÖNELİK TEŞVİKLER	363
13.3.1. Hindistan.....	366
13.3.2. Malezya.....	367
13.4. TÜRKİYE'DE SAĞLIK TURİZMİNE YÖNELİK DEVLET DESTEKLERİ.....	369
13.4.1. Döviz Kazandırıcı Hizmet Ticaretinin Desteklenmesi Hakkında Karar ve Destek Kapsamı	370
13.4.2. Döviz Kazandırıcı Hizmet Sektörleri Markalaşma Destekleri Hakkında Karar (TURQUALITY® Programı)	375
Kaynaklar	386

14. BÖLÜM:

SEKTÖRDEN BİR BAKIŞ AÇISI: SAĞLIK TURİZMİNDE ARACI KURULUŞLAR

14.1. SAĞLIK TURİZMİ TANIMLARI	389
14.2. SAĞLIK TURİZMİNDE ARACI KURULUŞ TANIMI.....	389
14.2.1. Sağlık Turizmde Aracı kuruluş Çeşitleri	391
14.2.2. Aracı Kuruluşlarda Bulunması Gereken Özellikler	394
14.2.3. Aracı Kuruluşların Rolü	395
14.2.4. Uluslararası Hastalar Neden Aracı Kuruluşları Tercih Etmelidir.....	396

14.3. ULUSLARARASI HASTALAR İÇİN TEDAVİ PLANI (TREATMENT PLAN FOR INTERNATIONAL PATIENTS) NASIL HAZIRLANIR?	398
14.4. ARACI KURULUŞLARDA ETİK VE AHLAKİ DEĞERLER.....	399
14.5. TÜRKİYEDE ARACI KURULUŞLARIN DURUMU VE ARACI KURULUŞLARA İLİŞKİN REGULASYONLAR.....	400
14.6. ARACI KURULUŞLAR, ARACI KİŞİLER VE ADVERS OLAYLAR.....	402
Kaynaklar	403

**15. BÖLÜM:
DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE SAĞLIK TURİZMİYLE İLGİLİ YAPILMIŞ
ARAŞTIRMALAR**

15.1. DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE SAĞLIK TURİZMİYLE İLGİLİ YAPILMIŞ ARAŞTIRMALAR	405
15.2. TÜRKİYE'DE SAĞLIK TURİZMİYLE İLGİLİ YAPILMIŞ ARAŞTIRMALAR	406
15.3. DÜNYADA SAĞLIK TURİZMİYLE İLGİLİ YAPILMIŞ ARAŞTIRMALAR.....	419
Kaynaklar	432

**16. BÖLÜM:
SEKTÖRDEN BİR BAKIŞ AÇISI: SAĞLIK TURİZMİNDE İNOVASYON**

16.1. SAĞLIK TURİZİMİNDE İNOVASYON	439
------------------------------------------	-----

EKLER

Ek 1: ULUSLARARASI SAĞLIK TURİZMİ VE TURİSTİN SAĞLIĞI HAKKINDA YÖNETMELİK.....	447
Ek 2: DÖVİZ KAZANDIRICI HİZMET TİCARETİNİN DESTEKLENMESİ HAKKINDA KARAR.....	455
Ek 3: 2015/8 SAYILI DÖVİZ KAZANDIRICI HİZMET TİCARETİNİN DESTEKLENMESİ HAKKINDA KARAR'IN UYGULAMA USUL VE ESASLARINA İLİŞKİN GENELGE.....	463

1. BÖLÜM: TURİZM KAVRAMI, TURİZMİN TARİHÇESİ, ÜLKE EKONOMİLERİNE KATKISI VE TURİZM İSTATİSTİKLERİ

Doç. Dr. Gül GÜNEŞ

Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi

Arş. Gör. Ayşe Selin DÜLGER

Gazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi

1.1. TURİZM KAVRAMI

Turizm, üzerinde çalışılması ve uygun bir tanımın yapılmasının gerekli olduğu, belirli ilkelere sahip bir kavramdır. İnsanlar farklı amaçlarla ve çeşitli nedenlerden dolayı birçok destinasyonu ziyaret etmektedirler. İş için yapılan seyahatlerin yanı sıra, eğlenme ve dinlenme amacıyla sadece kendi ülke sınırları içerisinde yer alan bölgelere değil; diğer ülkelerde yer alan destinasyonlara da seyahat gerçekleştirmektedirler (Misra ve Sadual, 2009:3). Theobald (2005)'a göre turizm kelimesi, dönmek veya etrafını dolaşmak anlamına gelen Yunanca ve Latince kelimelerden türetilmiş olup; başladığı yerde biten bir yolculuk, yani bir gidiş-dönüş seyahatidir (Inkson ve Minnaert, 2012:14).

Turizm deneyimlerinin ana temeli, genellikle rekreasyon ve boş zaman etkinliklerine odaklanmaktadır (Newsome, Moore ve Dowling, 2007: 6). Bu nedenle turizm, rekreasyon ve boş zaman, genellikle birbiri ile ilişkili ve çakışan kavramlar olarak görülmektedir (Hall ve Page, 2006: 3). Boş zaman, gün içinde uyku, çalışma ve kişisel gereksinimlerimizin karşılanması sonrasında geriye kalan serbest zamanlardır. Diğer bir deyişle, insanların hoşça vakit geçirdikleri anlardır. Eğer boş zaman bir zaman ölçüsü ise, rekreasyon da boş zaman içinde gerçekleştirilen aktiviteleri kapsamaktadır. Bu durumda turizm ise basit anlamıyla, söz konusu boş zaman aktivitelerinden birisi olarak düşünülebilir. Cooper vd. (2008); boş zamanlarda gerçekleştirilen rekreasyonel aktiviteleri, turizmle de ilişkilendirerek şu şekilde gruplandırmaktadır:

1. **Evde gerçekleştirilen rekreasyonel aktiviteler:** Kitap okumak, bahçe ile uğraşmak, televizyon izlemek ve bilgisayar kullanmak gibi.
2. **Günübirlik rekreasyonel aktiviteler:** Tiyatroya gitmek, dışarıda yemek yemek, spor yapmak gibi.
3. **Günübirlik geziler:** Piknik yapmak, milli parkları, hayvanat bahçelerini ziyaret etmek gibi.
4. **Turizm:** İnsanların yaşadıkları ve çalıştıkları yerler dışındaki alanlara geçici olarak hareketleri, bu alanlarda konaklamaları esnasında gerçekleştirdikleri aktiviteler ve kişilerin gereksinimlerini karşılamak için sunulan olanaklar.

Eğer bu turizm etkinliği çalışma zamanı içinde gerçekleştiriliyorsa, **iş seyahati** olarak nitelendirilmektedir (Cooper vd., 2008: 16).

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO)'nün 1993 yılındaki tanımına göre turizm, "Bir etkinlik amacıyla, her zamanki ortamı dışında bir yere belirli bir süre boyunca seyahat eden kişinin gerçekleştirdiği faaliyetleridir ve bu faaliyetler sayesinde ziyaret edilen yere gelir bırakılır". Bu seyahatler boş zaman, rekreasyon ve tatil; akraba ve arkadaş ziyaretleri; iş ve meslek; sağlık tedavisi; hac ziyaretleri veya inanç gibi çok farklı nedenle olabilir. Bu tanım UNWTO tarafından 2008 yılında, "Turizm, insanların normal ikamet yerleri dışındaki yerlere hareketleri ile ilgili bir sosyal, kültürel ve ekonomik olgudur" şeklinde güncellenmiştir (Inkson ve Minnaert, 2012:16,21). 2010 yılında ise; "Turizm, ziyaretçilerin aktiviteleridir. Turizm seyahatin, ziyaretçiler de seyahat eden kişilerin bir alt kümesidir" yaklaşımı ortaya konmuştur (United Nations, 2010).

Turizm olayının tanımlanmasında genellikle dinamik bir unsur olarak kabul edilen "*seyahat*" faktörü önemli bir yer tutar. Ancak, teorik olarak insanların yaptığı bütün seyahatlerin turizm olayının bir unsuru olduğu da söylenemez. Hangi seyahatlerin turizm olayı yaratabileceğine genellikle "*seyahat amacı*" göz önüne alınarak karar verilebilir. Turizm olayının oluşmasında ve tanımlanmasında gerekli ikinci unsur ise "konaklama"dır (Kozak vd., 2008: 2). Misra ve Saldual (2009)'a göre; turizm endüstrisini tanımlamak çok zordur çünkü yapısı oldukça karmaşıktır. Basitçe, turisti memnun etmek için (örneğin otel, restoran, seyahat acentesi, vb.) çeşitli sektörler ve alt sektörler bulunduğunu söylemek, kavramı açıklamak için yeterli değildir. Turist tarafından yapılan tüm harcamalar farklı sektörlerle ve farklı kişilere katkıda bulunmaktadır.

Turizm kavramını ve seyahat ile ilgisini açıklamak için yapılmış olan en faydalı çalışmalardan biri, Burkart ve Medlik'in (1981) "Turizm: Geçmiş, Bugün ve Gelecek" isimli çalışmasıdır. Bu çalışma, turizm ile ilgili aşağıdaki özellikleri tanımlamıştır (Page, 2011: 13).

- Turizm, insanların hareketinden ve çeşitli destinasyonlarda konaklamalarından ortaya çıkmıştır.
- Turizmde iki unsur vardır. Bunlar, destinasyona seyahat ile burada etkinlikler gerçekleştirme ve konaklamadır.
- Seyahat ve konaklama normal ikamet ve çalışma yerinin dışında gerçekleşmektedir. Böylece turizm, turistlerin seyahat ettiği ve konakladıkları destinasyonlarda farklı faaliyetlerin yapılmasına neden olmaktadır.
- Destinasyonlara seyahat; birkaç gün, hafta veya ay içinde geri dönmek amacıyla geçici, kısa vadeli olma özelliğine sahiptir.
- Destinasyonlar, kalıcı ikamet veya istihdam dışında kalan amaçlar için ziyaret edilmektedir.

Turizme ilişkin başka yorumlar da bulunmaktadır. Inkson ve Minnaert (2012)'a göre; sürekli değişmekte olan ilginç ve dinamik bir sektör olarak nitelendirilen turizm, insanların yaşamlarını çok farklı şekillerde etkilemektedir. Turistler için yaşam boyu neşe ve memnuniyet içeren anılar oluştururken; işletmeler ve destinasyonlar için gelir sağlamakta ve iş imkanı sunmaktadır.

Goeldner ve Ritchie (2006)'ye göre; Dünya'nın en büyük sektörlerinden biri olan turizm dinamik büyüme yapısı, yeni aktiviteler, yeni destinasyonlar, yeni teknolojiler, yeni pazarlar ve hızlı değişim sayesinde sürekli canlı kalan bir olgudur. Aynı zamanda gelişmekte olan ülkeler için de en büyük gelir kaynaklarından. Günümüzde giderek aratan çeşitlilikteki tur paketleri, kruvaziyerler, macera içeren deneyimler ve özgürce seçilen güzergâhlar sayesinde oldukça fazla sayıda insan, dünya üzerinde seyahat etmektedir. Söz konusu insanların ziyaretleri ve etkinliklerinin tümü yerel toplumların değişimine yol açmaktadır.

Turizm, sahip olduğu özel konumu ile kalkınma için bir araç olabilir. Bu durum her şeyden önce sektörün dinamik ve sürekli büyümekte olan yapısı ile ilişkilidir. Bu anlamda, birçok ülkede ekonomiye ve yerel destinasyona temel katkıyı sağlamaktadır. İkinci olarak, ziyaretçiler, çevre ve yerel halk arasında özel bir ilişki ortaya koymaktadır. Bu durum diğer sektörlerin aksine, turizmin tüketicisi durumundaki turistin; üretici ve ürüne olan seyahatinden kaynaklanmaktadır. Bu doğrultuda; turizm ile sürdürülebilir kalkınma arasında *etkileşim, bilinçlenme ve bağlılık* şeklinde üç önemli ve eşsiz ilişki oluşmaktadır:

- **Etkileşim:** Yerel halk, ziyaretçi ve çevre arasında doğrudan ve dolaylı olarak etkileşim gerçekleşir.
- **Bilinçlenme:** Çevresel konularda, farklı ülke ve kültürler konusunda bilinçlenme gerçekleşir. Bu durum sadece seyahat esnasında değil, tüm yaşamı boyunca bir insanın davranışlarını ve sürdürülebilirlik konunun önemine olan ilgisini etkileyebilmektedir.