

Sağlık Turizmi ve Uluslararası Hastalar İçin Türkiye Pazarı

Ufuk Altın¹, Gülfer Bektaş², Zehra Antep³, Arzu İrban⁴

¹Gulhane Askeri Tıp Akademisi, Sağlık Yönetimi Bölümü, İstanbul, Türkiye

²Acıbadem Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölümü, İstanbul, Türkiye

³Dr. Siyami Ersek Hastanesi, Sağlık Yönetimi, İstanbul, Türkiye

⁴Acıbadem Üniversitesi, Anesteziyoloji ve Reanimasyon, İstanbul, Türkiye

ÖZET

Günden güne hem kamu, hem de özel hastanelerin sayısı artmaktadır. Ulusal hastalara ait sabit bir pazar olması, sağlık sektöründe büyük bir rekabeti de beraberinde getirmektedir. Türkiye coğrafik konumu, iklimi, termal kaynakları, doğal güzellikleri, kaliteli tıp personeli ve yüksek teknoloji kullanan aletlere sahip hastaneleri ile sağlık turizmi için büyük bir potansiyele sahiptir. Sağlık turizminin 2011 yılı verilerine göre dünyadaki pazar payı yaklaşık olarak 400 milyar dolardır. Bu çalışma ile Türkiye'nin bu pazardaki mevcut durumunu ortaya koyarken; gelecekte bu pazardaki payını daha da artırabilmek için gereken öneri ve düzenlemelerin geliştirilmesi amaçlanmıştır. Hastalara ait veriler Sağlık Bakanlığı ile Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın resmi sitelerinden alınmıştır.

2010 yılında, sağlık turizmi için 109-678 hasta Türkiye'ye gelmiştir (Özel hastane: 77.003; kamu hastanesi: 32.675 kişi). Hastaların geldikleri ülke ve aldıkları sağlık hizmetine göre farklı dağılımlar sergilediği görülmektedir.

Kamu hastanelerinin yanı sıra özel hastanelerin sayısı da günden güne artmakta ve bu sektörde önemli bir yer almaktadırlar. Sağlık sektöründe pazarı arttırmak için Sağlık Bakanlığı ile Kültür ve Turizm Bakanlığı sağlık turizmine gereken önemi vermektedir. Bu yolla oluşan döviz girdisi sağlık sektöründe pazar payını artırırken; ortaya çıkan yeni iş olanakları işsizliği azaltacaktır. Sağlık sektörünün ayakta kalması için sağlık turizmi gün geçtikçe daha önemli hale gelmektedir.

Anahtar sözcükler: sağlık turizmi, türkiye'de sağlık turizmi, sağlık turizminin ekonomik boyutu

MEDICAL TOURISM AND TURKISH MARKETING FOR INTERNATIONAL PATIENTS

ABSTRACT

The numbers of both state hospitals and private hospitals are increasing day by day. Due to the fixed market of national patients, nowadays, there is a great challenge to survive in health sector. Turkey has great potential for health tourism with its geographical location, climate, thermal resources, natural beauties, qualified medical personals and hospitals endowed with high technological equipments. According to the 2011 data, world market of medical tourism was approximately 400 billion dollars. In this research, while revealing the current status of Turkey in this global market, we aimed to do necessary suggestions and regulations in order to increase Turkey's place in this market in future.

Data related to these patients were obtained from the records of the Ministry of Health and Ministry of Culture and Tourism. During 2010, via health tourism 109,678 patients came to Turkey (To private hospitals, 77,003; state hospitals 32,675). Distribution percentage of international patients shows great range according to their nationality and taken-health services.

Besides state hospitals, the numbers of private hospitals is also increasing day by day and take an important place in this market. In order to increase market in health care, Ministry of Health and Ministry of Culture and Tourism should give importance to health tourism. This way, foreign currency income will lead to increase health care market. New job opportunities will decrease the unemployment. In order to survive in power in health care sector, health tourism is becoming more important day by day.

Key words: medical tourism, medical tourism in turkey, the economic dimension of medical tourism

Sağlık turizmi

Gelişmiş ülkelerdeki hızla yaşanan nüfusa bağlı olarak sağlık harcamalarının yüksekliği, bu ülkelerdeki sosyal güvenlik sistemlerinin yaşadığı sıkıntılar ve ulaşım teknolojisinde

yaşanan gelişmeler; tedavi amaçlı seyahatlerin çıkış noktası olmuştur. Bilgi teknolojilerinde yaşanan gelişmeler ve insanların her türlü bilgiye ulaşmada yaşadığı kolaylık ise tedavi amaçlı seyahatlerin itici gücü olmaktadır.

Dünyada sağlık ve termal turizmdeki gelişmelere paralel olarak çok sayıda tesis açılmaktadır. Mevcut tesislerde de köklü değişikliklere gidilmekte ve bu düzenlemeler sadece hızla artan yaşlı nüfus için değil, aynı zamanda tedavi olmak ya da tıp teknolojisinin getirdiği yeniliklerden faydalanmak isteyen genel nüfusa da hitap etmektedir. Termal turizm genel olarak rehabilitasyon hizmetlerini kapsar iken; kardiyovasküler cerrahi, radyoterapi, "cyberknife", "gammaknife" gibi ileri tedavi yöntemleri; böbrek, karaciğer ve kalp gibi transplantasyon cerrahisi; tüp bebek intravaginal fertilizasyon (IVF) gibi infertilite uygulamaları; saç ekimi, yüz germe ve burun estetiği gibi plastik ve rekonstrüktif cerrahiler, göz, diş, diyaliz tedavileri vb. ilk akla gelen medikal turizm nedenleridir (1,2).

Sağlık turizmi, spesifik bir turizm çeşididir. Burada hedef kitle; sağlığı bozulmuş olan insanlar ile sağlığını korumaya duyarlı olan insanlardır. Günümüzde insanlar sağlıklarında düzenli bir gelişmeyi amaçlarken aynı zamanda tatil ihtiyaçlarını da karşılamak istemektedirler (3,4). Dünyada sağlık turizmi denildiğinde tanım içine dahil edilebilecek sağlık turizmi çeşitleri Tablo 1'de sınıflandırılmıştır (5)

Sağlık turizminin standart özellikleri

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı sağlık turizmi standartlarını aşağıdaki gibi belirlemiştir;

- Etik değerlere önem veren bir sağlık hizmet sunumu
- Sağlık hizmetinin fizik ve ekonomik açıdan kolay ulaşılabilir olması
- Sağlık hizmeti gereksinimi olanlar ile sağlık hizmeti sunucuları arasında kültürel iletişim
- Fiziki standartlar (sağlığa uygunluk, ulaşım ve altyapı hizmetleri, çevresel etkenler)
- Yeterli tıbbi teknoloji
- Uluslararası tıbbi teknolojiler
- Uluslararası ortak tedavi protokolleri
- Yeterli bilgi teknolojileri
- Ulaşım ve transfer standartları
- Personel standardı
- Sağlık sigortasından yararlanma

Özel bir turizm türü olan sağlık turizminin özellikleri ise şöyle açıklanmaktadır:

- Sağlık turizmi teknik donanım ve iş gücü gerektiren bir turizm türüdür.
- Sağlık turizminde, hizmeti sunan sağlık kuruluşunun uluslararası standartlara uygun hizmet sunması önem taşımaktadır.

Tablo 1. Sağlık turizmi çeşitleri.

Sağlık-Güzellik	Tedavi	Rehabilitasyon
• SPA	• Elektif cerrahi	• Diyaliz
• Doğal turizm	• Plastik cerrahi	• İlave programlar
• Ekoturizm	• Eklem replasmanı	• Yaşlı bakımı programları
• Kitle turizmi	• Kardiyotorasik servisler	• Bağımlılık tedavileri
• Bitkisel tedaviler	• Diagnostik servisler	
• Tamamlayıcı tedavi	• Kanseri tedavisi	
	• İnfertilite tedavisi	

- Hizmet sunan sağlık kuruluşunda, ortak yabancı dili bilen personelin mutlaka olması gerekmektedir.
- Hasta ve refakatçileri için farklı turizm türlerinin geliştirilmesini destekleyen, katma değeri yüksek bir turizm türüdür.
- Seçilmiş olan hedef pazara yönelik devlet destekli, farklı dillerde, tanıtım ve pazarlama faaliyetleri gerekmektedir. Yapılan bu tanıtımlarda hedef olarak öncelikle hastaların yurt dışında hizmet almasını destekleyecek sigorta ve sağlık kuruluşları seçilmelidir.

Bu bağlamda, insanlar sağlık hizmetlerinin kalitesi konusunda gün geçtikçe daha da bilinçlenmekte ve medikal tedavi merkezlerini tercih etmelerinde birçok faktör etkili olabilmektedir (6).

Türkiye'de sağlık turizminin gelişimi

Ülkemizde turizm ve sağlığın planlanması ve teşvik edilmesinden Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı sorumludur. Kültür ve Turizm Bakanlığı konaklama, seyahat gibi bu sektöre doğrudan hizmet veren işletmeler için kuralları koyucu, yol gösterici ve denetleyici bir kuruluştur. Sağlık Bakanlığının ise sağlık kurumlarının kurulması, sağlık personelinin yetiştirilmesi ve istihdamı, çeşitli kamu sağlığı hizmetleri veren ünitelerin denetimi gibi görevleri bulunmaktadır (7).

Turizm sağlığı ve turistlere yönelik sağlık hizmetlerinin kaliteli ve etkin olarak verilmesi için her iki Bakanlığın koordineli bir şekilde çalışması gerekmektedir. Bu alanda yapılan çalışmalar Devlet Planlama Teşkilatı tarafından sürdürülen kalkınma ve yatırım planlarında yer almaktadır (8). Devlet Planlama Teşkilatının son dört dönemi kapsayan 5 yıllık kalkınma planlarında sağlık turizmi ile ilgili öngörülen hedefler yer almıştır (9-13).

Sağlık Bakanlığı bünyesinde sağlık kurumlarına yönelik medikal turizmin geliştirilmesi için kurulmuş bir birim bulunmaktadır. Kültür ve Turizm Bakanlığının

hazırladığı Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Taslak Raporu'nda da sağlık turizmi konusu öncelikli alanlardan biri olarak incelemektedir (14). Sağlık Bakanlığı'nın yaptığı bir araştırmaya göre 2004 yılının ilk on ayında özel hastanelere tedavi amaçlı gelen yabancı hasta sayısı 39.404'dür. Yurt dışından gelen bu hastaların 26.198'i ayakta tedavi olurken, 13.206'sı yatarak tedavi olmuştur. Bu sayıya kamu hastanelerine gelenler de dahil edildiğinde tedavi amaçlı gelen hasta sayısının 50.000 civarında olduğu tahmin edilmektedir. Tablo 2 ve 3'de de görüldüğü gibi Sağlık Bakanlığı'nın yaptığı bu araştırmaya göre ülkemizde tedavi alan hastaların çoğunluğunu Avrupa Birliği ülkelerinden gelen hastalar oluşturmaktadır (15,16)

Sağlık turizminde Türkiye pazarının önemi

Türkiye'de, turizmin mevsimlik ve coğrafi dağılımını düzenlemek ve dış pazarda değişen tüketici tercihlerine yönelik yeni potansiyel alanlar yaratmak için sağlık turizmine giderek daha fazla önem verilmektedir. Gerek rehabilitasyon ihtiyacı olanların, gerekse diğer hastaların olumlu çevre koşullarında, kaliteli ve daha ekonomik olarak hastalığını iyileştirmek, sağlığını korumak ve geliştirmek amacı ile yapılan sağlık turizmi için Türkiye'nin pek çok avantajları bulunmaktadır (17).

Avantajlar

- Türkiye'deki sağlık hizmetlerinin diğer ülkelere kıyasla daha ucuz olması fiyat avantajı oluşturmaktadır.
- Türkiye'deki hastanelerin yatak kapasiteleri yeterli ve hekim kalitesi iyidir.
- Türkiye, Avrupa ülke ve Ortadoğu ülkeleri arasında bir köprü olarak; hem batı, hem de doğu ülkelerindeki hastalara hizmet verebilmektedir.
- Son yıllarda ülkemizde sağlık personelinin yabancı dil bilmesi konusuna giderek daha çok önem verilmektedir.

Tablo 2. Yıllar itibarıyla Türkiye'ye gelen sağlık turistlerinin özel ve kamu kurumlarına göre dağılımları.

	2008	2009	2010	3 yıllık dönem
ÖZEL	56.276	70.519	77.003	203.798
KAMU	17.817	21.442	32.675	71.934
TOPLAM	74.093	91.952	109.678	275.732

- Sağlık kurumlarına yönelik yurtdışından ülkemize belirgin bir hasta hareketliliğinin olduğu görülmektedir. İstanbul'daki ve Antalya'daki hastaneler başta olmak üzere belirgin hasta potansiyeli olmakta beraber; henüz arzu edilen düzeye ulaşmamıştır. Sağlık turizminde Türkiye'ye başlangıçta kaplıca ve termal tesisler için hastalar gelirken; son zamanlarda; saç ektirme, göz ameliyatları, tüp bebek gibi cerrahi yöntemler için gelen hastaların sayısında da artış görülmektedir (16,17).

Sağlık turizminin faydaları

Sağlık turizminin faydalarını soyut ve somut olmak üzere iki ayrı başlıkta inceleyebiliriz (3,4):

I- Soyut faydalar

- Ülkelerin küresel sağlık bakım sunucusu olarak uluslararası kabulünü sağlamaktadır.
- Sosyal ve kültürel deneyimlerin paylaşılmasını sağlamaktadır.
- Uluslararası ilişkilerin gelişmesine katkı sağlamaktadır.
- Küresel pazarlama ve tıbbi ticareti sağlamaktadır.
- Ülkeler dünyada düzeyinde sağlık bakım hizmeti sunduğu imajını kazandırmaktadır.
- Rekabet avantajı sağlamaktadır.
- Hastane destek hizmetler arasında daha iyi koordinasyon sağlamaktadır.
- Kamu ve özel ortaklığı sağlamaktadır.
- Hasta memnuniyetini sağlamaktadır.

Tablo 3. 2010 yılında ülkelerden gelen hastaların branşlara göre yüzdelik dağılımları.

Ülkeler	Göz		Diş		Ortopedi		Kardiyoloji		Onkoloji		Plastik Cer.		Beyin Cer.		Diğer	
	Özel	Devlet	Özel	Devlet	Özel	Devlet	Özel	Devlet	Özel	Devlet	Özel	Devlet	Özel	Devlet	Özel	Devlet
Almanya	33,34	2,36	0,45	1,12	7,26	3,25	5,50	1,72	0,10	0,49	2,18	0,16	2,76	0,78	38,48	
Hollanda	46,99	2,45	0,36	0,53	4,70	1,38	6,80	2,61	0,18	0,33	0,65	0,25	0,51	0,56	31,70	
Avusturya	28,93	1,33	0,31	0,92	6,13	1,60	6,17	1,12	0,03	0,07	0,92	0,00	1,12	0,85	50,49	
Irak	84,72	0,62	0,74	0,16	2,33	0,97	0,66	1,40	0,35	0,97	1,05	0,23	0,43	0,27	5,12	
Belçika	6,50	0,68	0,48	0,44	14,70	1,89	0,63	0,00	0,00	0,00	0,29	0,10	0,10	0,29	68,90	

II- Somut Faydalar

- Yabancı turistlerden kaynaklanan gelirler ülkelerin ekonomik refahına katkı sağlamaktadır.
- Medikal turizm, gelişmekte olan ülkelere, fiyat tarifelerinde gelişmiş ülkelere karşı maliyet avantajı sağlamaktadır.
- Ülkeler arasındaki bilgi paylaşımını arttırmaktadır.
- Ülke içinde veya dışında stratejik ortaklık sağlamaktadır.
- Ülkeler arasında teknoloji ve bilgi transferi sağlamaktadır.
- Yabancı hastalara sunulan fırsatlar, kendi ülkelerindeki hastalara da daha iyi hizmet sunulmasını sağlamaktadır.
- Turizmin tüm yıla yayılmasını sağlayarak istihdamı artırıcı etki yapmaktadır.

Türkiye'de sağlık turizminin pazarlanması

Pazarlama, temelde insanların ihtiyaç ve isteklerini karşılamaya yönelik bir mübadele (değişim; değiş-tokuş) işlemidir. Bu mübadelede iki veya daha fazla taraftan her biri kendi ihtiyacını karşılamak amacıyla diğer tarafa değerli bir şeyler (mal, hizmet veya fikir) verip; değerli başka bazı şeyleri (para, senedi vb.) elde etmektir. Bu işlem "gönüllü olarak", "ilgili tarafların birbirleriyle iletişim kurmasıyla" ve her birinin "bu değiş-tokuştan faydalandığına inanmasıyla" gerçekleşmektedir. Pazarlama, işletme amaçlarına (ya da daha genel olarak kişisel ve örgütsel amaçlara) ulaşmayı sağlayacak mübadeleleri gerçekleştirmek üzere, malların, hizmetlerin ve fikirlerin geliştirilmesi, fiyatlandırılması, tütündürülmesi ve dağıtılması sürecidir (18).

Türkiye'nin tedavi amaçlı sağlık turizm potansiyeli

Türkiye'de bulunan özel ve devlet hastanelerinin hizmet ve kapasite durumları Tablo 4'de verilmiştir (19).

Özel hastanelerin arasında 450-500 yataklı büyük tedavi kurumları olduğu gibi, 40-50 yataklı küçük klinikler de bulunmaktadır. Kimileri zincir hastane büyüklüğüne ulaşan özel sağlık gruplarının bazılarının hisseleri İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda (İMKB) işlem görmektedir ve hissedarların arasında yabancı sermaye de bulunmaktadır. Sağlık Bakanlığı verilerine göre, özel hastanecilik irili ufaklı olarak ülke geneline yayılmakla birlikte, ağırlıklı olarak büyük kentlerde yoğunlaşmıştır. İstanbul, mevcut potansiyeli ile tedavi amaçlı sağlık turizminde Türkiye'nin en önemli merkezi durumundadır. İstanbul'un tarihi özellikleri,

Tablo 4. Yataklı tedavi kurumlarında kamu-özel dağılımı, 2011.

	Kuruluş	Yatak Sayısı	Kuruluş Payı %	Yatak Payı %
Sağlık Bakanlığı	842	120.535	58.5	60.1
Üniversite Hast.	62	35.001	4.3	17.4
Özel Hast.	490	28.147	34.1	14.0
Belediye Hst.	3	1.095	0.2	0.5
Milli Savunma	42	15.900	2.9	7.9
Türkiye	1.439	200.678	100	100

alışveriş imkanı, eğlence hayatının çeşitliliği gibi pek çok özelliği de, tedavi amaçlı sağlık turizmi için önemli merkez olmasını destekler niteliktedir. Antalya da, mevcut hastanelerinin yanında diğer turistik özellikleri ile birlikte, tedavi amaçlı sağlık turizmi açısından ikinci önemli merkezdir. Antalya ayrıca turistik tesis arz kapasitesi bakımından Türkiye'nin en önemli merkezidir.

Tedavi amaçlı sağlık turizmi için Antalya bölgesinde yapılacak yatırımlar, turizmde mevsimselliğin yarattığı atıl kapasite ve istihdamı değerlendirmek açısından önem taşımaktadır.

Türkiye'deki özel, üniversite ve bazı Sağlık Bakanlığı hastanelerinin teknik ve klinik donanım açısından yeterli olduğu, ancak paramedikal ve destek personelin yeterli yabancı dil bilgisinin olmadığı söylenebilir. Tedavi amaçlı sağlık turizmi açısından Türkiye'de bulunan özel, üniversite ve kamu hastanelerinde yapılan alt yapı araştırmasında şu sonuçlara ulaşılmıştır (20):

- Kamu hastanelerinde, özel ve üniversite hastanelerine göre daha fazla fiziki ve teknolojik alt yapı yetersizliği sorunu tespit edilmiştir. Ayrıca, kamu hastanelerinin %20'sinde sağlık turizmine yönelik birim bulunmasına karşın, özel hastanelerin %52'sinde sağlık turizmine yönelik birim bulunmaktadır.
- Kamu hastanelerinde (%36 dil bilme oranı), özel (%65) ve üniversite hastanelerine (%75) oranla daha az sayıda yabancı dil bilen personel bulunmaktadır.
- Özel hastaneler (%50) yönlendirme levhalarını/uyarı işaretlerini yurt dışından gelen hastaların anlayacağı şekilde konumlandırırken; kamu hastanelerinde (%33) bu oran daha düşüktür.
- Özel hastanelerin %42'sinde yurt dışından gelen hastaların farklı inançlarına uygun yemek, din görevlisi gibi imkanları sağlarken; kamu hastanelerinin %10'nunda bu imkanlar sağlanabilmektedir.

- Özel hastanelerin %36'sı farklı dillerden hastalarla iletişim kurmak için anlaşmalı çevirmen bulunurken; kamu hastanelerinin sadece %1'inde anlaşmalı çevirmen bulunmaktadır.
- Kamu hastanelerinin, özel ve üniversite hastanelerine göre internet, dergi, gazete, broşür ve tur operatörleri gibi tanıtım araçları aracılığı ile tanıtımdan daha az yararlandığı saptanmıştır.

Sağlık turizmine, her geçen gün yatırımcılar tarafından daha fazla önem verilmesine rağmen; Türkiye henüz sahip olduğu potansiyeline uygun bir pazar payına ulaşmamıştır.

Türkiye'de sağlık turizminin rehabilitasyonu

Akreditasyon ve önemi

Akreditasyon, bir sağlık kuruluşunun, hizmet kalitesini geliştirmek için tasarlanmış bir takım koşulları sağlayıp sağlamadığını belirlemek amacıyla gerçekleştirilen bir değerlendirme sürecidir. Hastanelerde akreditasyon, hizmet sunumu konusunda belirlenmiş standartlara uygunluğun, konularında uzman dış denetçiler tarafından değerlendirildiği bir sistemdir (21).

Tedavi amaçlı sağlık turizmi pazarından pay almayı hedefleyen sağlık kuruluşlarının ilk olarak, uluslararası

Tablo 5. Türkiye'de özel hastanelerin akreditasyon tarihleri.

Hastane Adı	Program	İlk Akreditasyon	2. Akreditasyon	İl
Acibadem Adana Hospital	Hastane	25 Eylül 2010	---	Adana
Acibadem Bakirkoy Hospital (Acibadem Healthcare Group)	Hastane	5 Şubat 2005	29 Mart 2008 - 11 Aralık 2011	İstanbul
Acibadem Bursa Hospital (Acibadem Healthcare Group)	Hastane	5 Temmuz 2008	5 Temmuz 2011	Bursa
Acibadem Kadikoy Hospital (Acibadem Healthcare Group)	Hastane	5 Şubat 2005	4 Nisan 2008 - 6 Ağustos 2011	İstanbul
Acibadem Kocaeli Hospital (Acibadem Healthcare Group)	Hastane	17 Temmuz 2008	18 Temmuz 2011	İzmit
Acibadem Kozyatağı Hospital (Acibadem Healthcare Group)	Hastane	5 Şubat 2005	11 Nisan 2008 6 Ağustos 2011	İstanbul
Acibadem Maslak Hospital (Acibadem Healthcare Group)	Hastane	2 Ekim 2010	---	İstanbul
Alman Hastanesi-Deutsches Krankenhaus	Hastane	3 Haziran 2006	20 Kasım 2009	İstanbul
American Hospital, A.S. (formerly Vehbi Koc Foundation American Hospital)	Hastane	15 Aralık 2002	16 Aralık 2005 - 12 Temmuz 2009	İstanbul
Anadolu Medical Center (previously Anadolu Sağlık Merkezi)	Hastane	17 Şubat 2007	27 Şubat 2010	Kocaeli
Ankara Güven Hastanesi	Hastane	1 Mart 2008	26 Mart 2011	Ankara
Antalya Hospital - Medical Park Healthcare Group	Hastane	6 Aralık 2008	---	Antalya
Bahçelievler Hospital-Medical Park Healthcare Group	Hastane	14 Kasım 2008	3 Aralık 2011	İstanbul
Bayındır Hastanesi	Hastane	15 Temmuz 2006	24 Ekim 2009	Ankara
BSK Metropark Hastanesi	Hastane	5 Mart 2010	---	Adana
Bursa Hospital - Medical Park Healthcare Group	Hastane	8 Kasım 2008	7 Kasım 2011	Bursa
Çukurova University Medical Faculty	Hastane	20 Ekim 2006	2 Nisan 2010	Adana
Dünya Eye Hospital	Hastane	19 Temmuz 2006	10 Eylül 2009	İstanbul
Ege Sağlık Hastanesi	Hastane	14 Temmuz 2008	13 Temmuz 2011	İzmir
Gayrettepe Florence Nightingale Hastanesi (previously Metropolitan Florence Nightingale Hospital)	Hastane	26 Haziran 2003	17 Haziran 2006 - 19 Haziran 2009	İstanbul
Göztepe Hospital - Medical Park Healthcare Group	Hastane	22 Kasım 2008	10 Aralık 2011	İstanbul
Hacettepe Üniversitesi Yetişkin Hastanesi	Hastane	14 Eylül 2007	22 Ocak 2011	Ankara

Tablo 5. Devamı.

Hastane Adı	Program	İlk Akreditasyon	2. Akreditasyon	İl
Hisar Intercontinental Hastanesi	Hastane	20 Ocak 2007	20 Şubat 2010	İstanbul
HRS Ankara Kadın Hastalıkları Doğum Hastanesi	Hastane	23 Ekim 2010	---	Ankara
International Hospital (Acibadem Healthcare Group)	Hastane	11 Haziran 2008	11 Ağustos 2011	İstanbul
Kadıköy Florence Nightingale Hastanesi	Hastane	12 Haziran 2009	----	İstanbul
Kent Health Group	Hastane	10 Haziran 2006	12 Eylül 2009	İzmir
Medicana International Ankara Hastanesi	Hastane	27 Şubat 2010	----	Ankara
Medicana International İstanbul Hastanesi	Hastane	20 Şubat 2010	----	İstanbul
Medline Alarm Sağlık Hizmetleri A.Ş.	Tıbbi Nakil	28 Nisan 2005	17 Mayıs 2008 - 20 Ağustos 2011	İstanbul
Memorial Şişli Hospital (was: İstanbul Memorial Hospital)	Hastane	29 Mart 2002	29 Nisan 2005- 17 Mayıs 2008- 28 Mayıs 2011	İstanbul
Ortopedi Hastanesi	Hastane	15 Ocak 2010	----	Adana
Özel Medicana Hospitals Bahçelievler	Hastane	22 Mayıs 2008	19 Ağustos 2011	İstanbul
Özel Medicana Hospitals Çamlıca	Hastane	27 Ekim 2007	9 Ekim 2010	İstanbul
Özel Pendik Bölge Hastanesi	Hastane	10 Haziran 2011	----	İstanbul
Sema Hastanesi	Hastane	19 Aralık 2008	19 Kasım 2011	İstanbul
Şifa Üniversitesi Bornova Sağlık Uygulama ve Araştırma Merkezi (Formerly Özel Bornova Şifa Hastanesi)	Hastane	25 Mart 2011	----	İzmir
Şişli (Çağlayan) Florence Nightingale Hastanesi	Hastane	17 Nisan 2004	11 Mayıs 2007- 14 Mayıs 2010	İstanbul
TDV Özel 29 Mayıs Hastanesi	Hastane	14 Ağustos 2009	----	Ankara
TOOB Etu Hastanesi (Formerly Mesa Hastanesi)	Hastane	1 Temmuz 2006	12 Ocak 2010	Ankara
Türk Kızılayı Ege Bölge Kan Merkezi	Klinik Lab.	29 Ocak 2011	----	İzmir
Türk Kızılayı Orta Anadolu Bölge Kan Merkezi	Klinik Lab.	29 Haziran 2007	11 Haziran 2010	Ankara
Uludağ Üniversitesi Sağlık Kuruluşları	Hastane	15 Aralık 2007	----	Bursa
Yeditepe University Faculty of Dentistry (Göztepe-Balmumcu)	Ayakta	30 Mayıs 2009	----	İstanbul
Yeditepe Üniversite Hastanesi	Hastane	2 Kasım 2007	23 Ekim 2010	İstanbul

akreditasyon sahibi olması gerekmektedir. Gelişmiş ülkelerde yaşayan hastaların hedef kitle olduğu tedavi amaçlı turizmde, bu hasta grubunun kalite arayışına, ancak akredite olmuş servis sağlayıcılar ile hizmet verilebilir. Günümüzde dünyada sağlık kuruluşlarının akreditasyonu ile ilgili olarak en saygın kuruluş Amerika Birleşik Devletleri merkezli bir organizasyon olan Joint Commission International (JCI) 'un Avrupa'daki benzeri ise (EFQM)'dir. JCI akreditasyonuna sahip olmak hastanelere uluslararası arenadan hasta akışının daha kolay sağlanması anlamını taşımaktadır (22).

JCI akreditasyonuna sahip özel sağlık kuruluşları Tablo 5'de verilerek Türkiye'nin mevcut durumu ortaya konmuştur.

Sonuç ve öneriler

Ülke ekonomisine çeşitli şekillerde katkı sağlayan uluslararası turizmin bir parçası olan sağlık turizminin gelişmesi ve sağlık turizmine odaklanmak isteyen hastanelerin uluslararası turizm pazarından pay almaları için, hedef pazarlar iyi seçilmelidir. Rakiplerin pazarlama stratejileri gözden geçirilmeli, Türkiye'nin rakiplerinden farklı yanları ön plana çıkartacak pazarlama stratejileri geliştirmelidir. Sağlık

kuruluşlarının dış pazarlara açılması için profesyonel halkla ilişkiler ve pazarlama yöneticilerine sahip olması gerekmektedir. Ayrıca yabancı dil bilen personel istihdamına öncelik vermeleri ve hedef ülkelerin sigorta şirketlerine yönelik tanıtım çalışmalarında bulunmaları ön koşullardan biridir. Son yıllarda Türkiye’de hem özel, hem de kamuda bu konuya önem verilmesine rağmen, henüz istenen düzeye ulaşıldığı söylenemez. Tanıtım görevi, yalnızca hastanelerin veya bağlı oldukları derneklerin sorumluluğunda olmamalı, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Sağlık Bakanlığı, turizm ve seyahat acenteleri ve onların bağlı oldukları üst kuruluşların koordinasyonu ve işbirliği ile yürütülmelidir.

Kamu hastanelerinin, özel ve üniversite hastanelerine göre internet, dergi, gazete, broşür ve tur operatörleri gibi tanıtım araçları aracılığı ile daha düşük seviyede tanıtım yaptığı saptanmıştır. Sağlık hizmetlerinde tanıtım Amerika Birleşik Devletleri’nde şartlı olarak serbest iken; ülkemizde yasaktır. Günümüzde sağlık kurumları tanıtımlarında gazete, dergi, özel radyo ve televizyonlar hatta reklam panoları gibi batı dünyasının kullandığı tüm medya araçlarını kullanmaktadır. Ulusal olarak yapılan bu tanıtımların uluslararası pazarlarda da yapılması gerekmektedir.

Kaynaklar

1. Kostak D. Turizm Hareketleri-Türkiye Örneği Üzerinden Sağlık Turizmi. Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi İstanbul, 2007.
2. Sameer Kumar. Globalization of health care Delivery in the United States through Medical Tourism. J Health Com 2012 17(2):177-98.
3. Lunt NT, Mannion R, Exworthy AR. Framework for Exploring the Policy Implications of UK Medical Tourism and International Patient Flows. Online Published: 18 JAN 2012. DOI: 10.1111/j.1467-9515.2011.00833.x
4. Turizm Bakanlığı. Sağlık Turizmi ve Turizm Sağlığı. Ankara, 1993.
5. Gonzales A, Brenzel L, Sancho J. Health Tourism and Related Services, Caribbean Development and International Trade. Final Report, 2001.
6. Yalçın P. Türkiye’de Sağlık Turizminde Alt Yapı Oluşturulma Gereği Ve Sağlık Kurumlarına Yönelik Bir Araştırma. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara, 2006.
7. Aydın D, Şeker S, Şahan S. Kamu Hastanelerinde Sağlık Turizmi ve Turistin Sağlığı Uygulama Rehberi, Ankara, 2011
8. Aksu A. “Turist Sağlığı”, Yeni Türkiye Dergisi, Mayıs-Haziran, Ankara, 2001.
9. Devlet Planlama Teşkilatı. Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı 1985-1989. Ankara, 1984.
10. Devlet Planlama Teşkilatı. (1989). Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı 1990-1994. Ankara, 1989.
11. Devlet Planlama Teşkilatı. Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı 1996-2000. Ankara, 1995.
12. Devlet Planlama Teşkilatı. Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı 2001-2005. Ankara, 2000.
13. Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı, Dokuzuncu Kalkınma Planı. 2007-2013-Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporu, OCAK 2006, Ankara, (<http://plan9.dpt.gov.tr/oik49-turizm/49turizm.pdf>) (Erişim: 27 Ocak 2011)
14. http://www.izto.org.tr/NR/rdonlyres/7475BDA1-95B7-4855-B351-9ADCE4362AFE/7458/turizmstrateji_nyayardimci.pdf
15. <http://www.saglik.gov.tr/SaglikTurizmi/dosya/1-71912/h/turkiyede-medikal-turizm-gelecegi.pdf> (Erişim: 28 Ocak 2012)
16. Tengilimoğlu D, Sevin HD, Ak B. Türkiye’de Sağlık Turizmi ve Termal Turizmin Geliştirilmesi. IV. Ulusal Sağlık ve Hastane Yönetimi Sempozyumu. 27-28 Eylül 2001.
17. Tengilimoğlu D. Sağlık Turizmi: Tedavi Amaçlı Turizm Ve Termal Turizmde Sorunlar Ve Çözüm Önerileri. Hastane Dergisi, Sayı 34, 2005.
18. Mucuk İ. Temel İşletme Bilgileri. İstanbul: Türkmen Kitabevi, 2008.
19. <http://www.ozelrastaneler.org.tr/ozel-hastane-sayisi-500e-yaklasti.aspx?pageID=407&nlD=5288&NewsCatID=274> (29/01/2012).
20. Tengilimoğlu D. Rakiplerin Pazarlama Stratejileri Gözden Geçirilmeli. Hastane Dergisi, Sayı:46, 2007.
21. www.kalite.saglik.gov.tr
22. Yazan N. Sağlıkta Uluslararası Açılımlar-Medikal Turizmde Hedefler. Hastane Dergisi. Sayı: 46, 2007.