

Türkiye’de Sağlık Turizmi: Yalova Bağlamında Bir Değerlendirme

Health Tourism in Türkiye: An Assessment in the Context of Yalova

Ümit Yaşar SÖNMEZ¹

Strategic Public Management Journal
Volume 11, Issue 18, pp. 62-84
December 2025
DOI: 10.25069/spmj.1706716
Review Article/Derleme Makale
Received: 26.05.2025
Accepted: 14.11.2025
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/spmj>



Öz

Sağlık turizmi, sağlık ve turizm gibi iki hizmet sektörünü bir araya getiren ve bu yönüyle insanların farklı beklenti ve taleplerine çözüm olma potansiyeliyle son yıllarda önem kazanan bir turizm türüdür. Sağlık hizmetlerinin uluslararası bir ticari meta haline gelmesi özellikle Türkiye için önemli ticari fırsatlar sunmaktadır. Bunun bir sonucu olarak artan uluslararası rekabet ortamında Türkiye’nin, doğru strateji ve politikalarla mevcut potansiyelini en iyi şekilde kullanması önem taşımaktadır. Çalışmada bu potansiyel, Yalova üzerinden örneklendirilerek sağlık turizminin Türkiye’deki mevcut durumu, sorunları ve yapılması gerekenlerle ilgili değerlendirmeler yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Sağlık Turizmi, Turist, Hasta.

Abstract

Health tourism is a type of tourism that brings together two service sectors, health and tourism, and has gained importance in recent years with its potential to solve people's different expectations and demands. The fact that health services have become an international commercial commodity offers significant commercial opportunities, especially for Türkiye. As a result of this, in an increasingly competitive international environment, it is important for Türkiye to use its current potential in the best way with the right strategies and policies. In this study, this potential is exemplified through Yalova, and evaluations are made regarding the current status of health tourism in Türkiye, its problems and what needs to be done.

Key Words: Tourism, Health Tourism, Tourist, Patient.

GİRİŞ

İnsanların başka yerleri keşfetme, öğrenme merak ve arzusu, başka mekânlarda bulunarak, yaşadığı ortam ile sosyal hayatı dışında farklı kültürleri tanıma isteği, insanlık tarihi kadar eski bir olgudur. Bu anlamda seyahat, insanların en eski kültürel geleneklerinden biridir. Kaldı ki büyük fetihler bile işgal edilecek coğrafyalarla ilgili destansı anlatılardan sonra vuku bulmuştur. Bu anlamda fetihlerin de motivasyonu, gezip görülen ve beğenilen yerleri sahiplenme arzusu olmuştur. Bu yönüyle seyahat ile siyaset arasında da bir ilişki söz konusudur. Turizm olarak kavramsallaştırılan ve kurumsallaştırılan olgu ise seyahat kültürünün modern dünyada kapitalizm ve küreselleşmeyle birlikte ticarileşmesiyle ve bir hizmet üretimi olarak metalaştırılmasıyla bugünkü anlamına

¹ Dr., Yalova Üniversitesi, uysonmez@gmail.com ORCID ID: 0000-0002-8381-5103.

kavuşmuştur. Seyahatin sanayi toplumunda bir ihtiyaç haline dönüşerek arz-talep döngüsüne dâhil olması, seyahat etmenin bizatihi iyileştirici, sakinleştirici, psikolojik olarak rahatlatıcı bir işlevi olduğu kabulüne dayanmaktadır.

Sağlık ise insanın, hayatına anlam kazandıran ve yokluğuyla insanı kaygılandıran en önemli varlığıdır. Sağlık, insanların uğruna her şeylerini feda edebilecekleri en kıymetli sermayeleri olduğu içindir ki çok eski tarihlerden beri sağlığına kavuşmak veya daha sağlıklı olmak isteyen insanlar uzun ve yorucu seyahatler etmeyi ve uzak diyarlarda şifa aramayı göze alabilmişlerdir. Sağlık turizmi de seyahatin öncelikle sağlıklı olmak için yapılmasıdır. Turizmin, tedavi, rehabilitasyon veya genel bir ifadeyle daha sağlıklı olmak önceliğiyle yerine getirilmesidir ve elbette bu biçimiyle yine kapitalizm ve küreselleşme çağının ürettiği bir hizmet sektörüdür. Sağlık turizminin en önemli motivasyonu, sağlığını kaybeden veya bu endişeyle kaygılanan insanın yaşadığı bu ruhsal anlamdaki olumsuz sendromu, seyahat etmenin vereceği konforla tersine çevirerek, tedavi ve iyileşme sürecini daha keyifli ve pozitif hale getirmektir. Dolayısıyla sağlık turizmi, tıp ile turizmin iş birliğiyle ortaya çıkan bir hizmettir ve çıkış noktası bir slogan haline gelen “üçüncü dünya fiyatlarına birinci dünya tedavisi verme” iddiasıdır (Bookman ve Bookman, 2007: 1,2).

Sağlık turizminin bir ülke ekonomisi için çok yönlü faydaları söz konusudur. Sağlık turizmi, bir yandan ülke kaynaklarının verimli kullanılmasını sağlarken diğer yandan döviz rezervlerini güçlendirir. Sağlık hizmeti ihracatı sektörün ihtiyaçları doğrultusunda dolaylı ve dolaysız birçok alanda istihdam yaratır. Zira sağlık turizmi, turizmin genel yapısına uygun olarak emek yoğun bir sektördür ve bu anlamda gelişmekte olan ülkeler için önemli bir fırsattır. Aynı zamanda ulusal piyasada rekabetçi ücretler sunarak yurt dışına giden beyin göçünün (özellikler hekim ve diğer sağlık personelinin) geri dönüşüne de katkı sağlayabilir (Reisman, 2010: 103). Sağlık turizmi bir yandan kişilerin kaliteli ve konforlu bir sağlık hizmeti almasına imkân sağlarken diğer yandan sağlık hizmeti sunan sağlık kurumlarının da altyapı ve teknoloji anlamında niteliklerinin artmasına ve ekonomik gelişimlerine katkı sağlamaktadır (Sağlık ve Hastaoğlu, 2022: 107). Sağlık turizmi önemli bir döviz girdisi sağlamak suretiyle cari denge için kaynak fırsatı sunarak ürettiği katma değer ile ülke refahına hizmet ederken ülkelere sağladığı kaynakla da sağlık hizmetinde sürdürülebilir bir kalite standardı imkânı vermektedir.

Dünyada son dönemde sağlık turizminin genel turizm içindeki payı anlamlı bir şekilde artış göstermiştir. Bunun bir sonucu olarak sağlık turizmi pazarında beklenmedik oranlarda büyüme yaşanmıştır. Bir diğer beklenmedik durum ise sağlık turizminde avantajlı hale gelen gelişmekte olan ülkelerin ön plana çıkmasıdır. Sağlık altyapısı, gelişmekte olan dinamik ekonomisi, önemli kültürel ve ekonomik havzalara yakınlığı ile jeopolitik konumu ve bölgesinde tercih edilen bir turizm destinasyonu olma avantajlarıyla Türkiye de son yıllarda bu pazarda önemli bir ülke olma yolunda politikalar oluşturma gayreti içindedir.

Çalışmada sağlık turizminin dünyadaki gelişimi ile ilgili detaylı bir literatür taraması yapılarak mevcut durum ortaya konulmaya çalışılmıştır. Böylece sağlık turizminin dünyadaki gelişim süreci ve günümüz küresel ekonomisindeki konumu ile Türkiye’nin sağlık turizmindeki mevcut durumunun sayısal veriler yardımıyla resmi çekilmeye çalışılmış, sektörel olarak avantajlar ve risklerin neler olduğu üzerinde durulmuştur. Sağlık Bakanlığı, Ticaret Bakanlığı, Uluslararası Sağlık Hizmetleri A.Ş. (USHAŞ), Jonit Commission International (JCI), Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı (TGA), Türkiye Sağlık Enstitüleri Başkanlığı (TÜSEB) ve ona bağlı Türkiye Sağlık Hizmetleri Kalite ve Akreditasyon Enstitüsü (TÜSKA) gibi kurum ve kuruluşların web sayfalarındaki kurumsal verilerden faydalanılarak araştırma birincil kaynaklardaki sayısal verilerle desteklenmiştir. Ayrıca çalışmada son 15 yılı ilgilendiren 10., 11., ve 12. olmak üzere toplam üç kalkınma planı detaylı bir şekilde incelenerek sağlık turizminin Türkiye’nin kalkınma planlarındaki ele alınış biçimi ve ağırlığı dönemsel olarak analiz edilmiştir. Ayrıca sağlık turizminin geliştirilmesi ve desteklenmesine yönelik çıkarılan güncel mevzuat ile ilgili bilgiler verilmiştir. Çalışma geniş bir literatür araştırmasını sunarak bir derleme niteliği taşıırken özellikle Türkiye’nin sektördeki durumunu gözler önüne seren sayısal verileri ve istatistikleri ortaya koymasıyla da bir araştırma niteliği taşımaktadır. Son olarak önemli bir nüfus yoğunluğunun hemen yakınında yer alan ve özellikle termal turizmde ön plana çıkan Yalova şehrinin sağlık turizmi potansiyeli üzerinden Türkiye’nin genel çerçevesiyle ilişki kurularak, tümdengelim yöntemiyle Yalova’da sağlık turizmi noktasında hangi hususların geliştirilmesi gerektiği ile ilgili yapılması gerekenler ortaya konmaya çalışılmıştır.

1. SAĞLIK TURİZMİ KAVRAMI VE GELİŞİMİ

Sağlıklı olmak veya tedavi olmak için insanlar eski çağlardan beri yaşadıkları yerler dışında şifa aramışlar ve başka diyarlara seyahat etmişlerdir. Ancak son yıllarda gelişen sağlık turizmi farklı dinamik ve koşullarıyla yeni bir dönemi işaret etmektedir (Ateş ve Sunar, 2024: 344). “Sağlık turizmi, en basit tabirle, kişinin kendi ülkesinden başka bir ülkeye çeşitli sebeplerle (tedavi süresinin uzaması ya da tedavinin maliyetli olması ya da daha kaliteli bir tedavi yapıldığına inanması vb.) tedavi maksatlı gitmesidir” (Sağlık ve Hastaoğlu, 2022: 107). Sağlık turizminin neyi kapsayıp kapsamadığı ve nasıl bir genel çerçeve çizileceği konusunda bir belirsizlik hâkim olsa da, kavramı oluşturan sağlık ve turizm kelimelerinden yola çıkarak sağlık için, sağlıklı olmak maksadıyla seyahat etmek şeklinde çok genel bir tarifte bulunulabilir (Omay ve Cengiz, 2013: 424-425). Sağlık turizmi, sağlıklı yaşam ürünlerine, uygun altyapılara, tesislere ve doğal ve sağlıklı yaşam kaynaklarına sahip destinasyonlarda bir dizi turizm deneyimini kapsar (Sağlık ve Hastaoğlu, 2022: 107).

Farklı biçimde sınıflandırmalar olsa da genel itibarıyla sağlık turizmi tıbbi (medikal) turizmi, termal turizm, sağlıklı yaşam turizmi (wellness) ile yaşlı ve engelli turizmi olmak üzere dört kategoride değerlendirilebilir. Bu kategorilerin hangi alt başlıklardan oluştuğu Tablo 1’de detaylı olarak verilmiştir (Gonzales, Brenzel ve

Sancho, 2001: 20; Eriş ve Barut, 2020: 58-59). Bilindiği üzere termal turizm insanların jeotermal sularından şifa aradıkları en eski ve belirgin sağlık turizmi türüdür (Aktepe, 2013:174) ve neredeyse uzun bir süre sağlık turizmi deyince termal turizm akla gelmiştir. Diğer yandan literatürdeki bu klasik sınıflandırmada yaygın kavramsal sorunlardan biri medikal turizm ile sağlık turizminin birbirlerinin yerine kullanılmasıdır. Oysa medikal (tıbbi) turizm, aşağıdaki tabloda da göze çarpacağı üzere planlanmış ve spesifik bir tedaviye yönelik yapılan seyahatleri içeren sağlık turizmi türüdür (Omay ve Cengiz, 2013: 425).

Tablo 1. Sağlık Turizmi Çeşitleri

Tıbbi (Medikal)	Termal Turizm	Sağlıklı Yaşam (SPA&Wellness)	Yaşlı ve Engelli
• Cerrahi tedaviler • Estetik cerrahi • Protez tedavisi • Kardiyotorasik (Göğüs kafesi cerrahisi) • Göz ameliyatı • Tanı hizmetleri • Kanser tedavisi	• Termal su banyosu • İnhalasyon • Fizik tedavi • Rehabilitasyon	• Spa • Yaşam tarzı/Sağlıklı tatiller • Doğa turizmi • Ekoturizm • Topluluk turizmi • Tatil köyleri • Bitkisel tedaviler	• Diyaliz • Bağımlılık programları • Yaşlı bakımı programları • Rehabilitasyon

Kaynak: Gonzales, Brenzel ve Sancho 2001: 20; Eriş ve Barut 2020: 58-59

Sağlık turizminin en önemli özelliklerinden biri, diğer birçok turizm türünün aksine mevsime dayalı olmadan tüm yıl boyunca yapılabilmesidir. Bu durum turizm gelirlerinin ve turizm sektörünün yılın genelinde hizmet vermesi ve ekonomiye katkı sağlaması demektir. Diğer yandan özellikle medikal turizmde tedavinin durumuna göre konaklama sürelerinin uzaması da turizm sektörünün canlı kalmasına neden olmaktadır. Sağlık turizminin diğer turizm sektörleriyle iş birliği zorunluluğu da sağlık turizminin genel anlamda ülkelerdeki turizmin lokomotif olma işlevini artırmaktadır (Avşar, 2024: 708). Sağlık turizminin de içinde bulunduğu turizm endüstrisi dünya ihracatının %9'unu oluşturmaktadır. Küresel turizm endüstrisi 3 trilyon doları aşan bir pazar kapasitesine ulaşmıştır. Dünyadaki genel anlamda yaşanan istikrarlı ekonomik iyileşmelerin refah düzeyini artırmaya devam edeceği öngörüldüğünden turizm faaliyetlerinin de artarak yaygınlaşacağı ve sektörel kapasitenin de bu doğrultuda genişleyeceği değerlendirilmektedir. Özellikle gelişmekte olan ülkelerin pazar payının önemli ölçüde artacağı öngörülmektedir (Solak ve Şeker, 2020: 601). Turizm pazarında yaşanması öngörülen bu genel büyümenin sağlık turizmine de olumlu anlamda yansımaya kesin gözüyle bakılmaktadır.

Ulusların yaşlanması da sağlık harcamalarının bütçeye yükünü her geçen gün artırmaktadır. Bu durum da daha ekonomik tıbbi hizmet arayışlarına yol açmakta, sağlık turizmini daha cazip hale getirmektedir ki bu sadece kişiler için değil gelişmiş ülkelerin de sağlık hizmetleri maliyetlerini düşüren bir yöntem olarak destek görmektedir (Reisman, 2010: 100). Sağlık turizminin son yıllardaki hızlı büyümesini tüm ekonomik faaliyetler

gibi iktisat biliminin arz ve talep ilişkisini esas alan temel önermesiyle açıklamak mümkündür. Ekonomik faydasının farkına varan ülkelerin sağlık turizmi arzındaki artışlar, hizmet ticaretinin serbestleştirilmesi, özel ve kamu sektörleri arasındaki artan iş birliği, ürün ve hizmetler hakkındaki bilgilerin küresel olarak kolayca yayılması ve en önemlisi turizm ve sağlık sektörlerinin başarılı bir şekilde entegre olması ile doğrudan bağlantılıdır (Bookman ve Bookman, 2007: 3, 4). Bu bağlamda son yıllarda sağlık turizminde yaşanan beklenmedik gelişimin nedenleri şu şekilde sıralanabilir (Connell, 2006: 1094):

- Özellikle gelişmiş zengin ülkelerde tedavi maliyetlerinde yaşanan olağanüstü artışlar nedeniyle² kişilerin kaliteli tıbbi hizmete uzun bekleme süreçlerinin de oluşmasıyla ulaşmalarının güçleşmesi,
- Uluslararası hava yolculuğunun küresel anlamda gelişme göstermesi ve göreceli olarak gün geçtikçe daha karşılanabilir olması,
- Savaş sonrası neslin turizm kültüründe meydana gelen dönüşümler (zengin ülkelere yaşanan turist akınının gelişmekte olan ülkelere doğru dümen kırması),
- Küresel ekonominin büyümesi, internetin yaygınlaşması ve sağlık turizmine aracı olan yeni sigorta şirketleri ve aracılık firmalarının hastalar ve hastane ağları arasında yeni bir iletişim biçimini örgütlemeleri ve arz-talep döngüsünü hızlandırması,
- Liberalizmin yükselişiyle özelleştirilen sağlık hizmetlerinin de ticarileşmesi sonucu hastaların uluslararası müşteriler olarak tanımlanması,
- Son olarak birçok ülkede sigorta kapsamında olmayan estetik, plastik ve kozmetik cerrahi alanında yaşanan teknolojik gelişmelere bağlı olarak bu yönde artan yoğun talepler de sağlık turizmine kayda değer bir ivme kazandırmıştır.

Sağlık turizmi küreselleşmenin de etkisiyle insanların daha kaliteli ve uygun fiyatlarda sağlık hizmeti arayışının ulus aşırı bir ticaret noktasına ulaşmasının bir sonucudur. Bu durum diğer ticari rekabet alanlarında olduğu gibi sağlık turizminde de uluslararası bir hizmet rekabetinin oluşmasına neden olmuş, ülkelerin ekonomi politikalarında önemli bir öncelik oluşturmaya başlamıştır. Özellikle gelişmekte olan ülkeler bu alanda rekabet avantajı oluşturacak politikalar geliştirme çabasına girmişlerdir (Omay ve Cengiz, 2013: 424). Cohen de (2008: 27) sağlık turizmindeki hızlı gelişmeyle ilgili olarak sağlık hizmetinin ticarileşmesi anlamındaki metalaşmaya ve mal, emek ve sermayede ortaya çıkan dünya çapındaki pazarların ötesine bilgi akışları, teknoloji transferi ve profesyonel eğitim gibi ek alanlara doğru genişlemesini ifade eden küreselleşmeye dikkat çekmiştir. Özetle, sağlık turizminin yükselişi, sağlık hizmetlerinin özelleştirilmesi, teknolojiye artan bağımlılık, sağlık

² Açık kalp ameliyatı İngiltere’de yaklaşık 70.000 dolar, ABD’de 150.000 dolara kadar çıkabiliyorken, Hindistan’ın en iyi hastanelerinde ameliyatın durumuna bağlı olarak 3.000 ila 10.000 dolar arasında gerçekleştirilebilmektedir. Diş, göz ve kozmetik cerrahisinin maliyeti ise batı ülkelerine göre yaklaşık dörtte bir oranındadır (Connell 2006: 1097).

kaynaklarına eşitsiz erişim ve hem sağlık hizmetlerinin hem de turizmin hızla küreselleşmesini ile yakından ilgilidir (Connell, 2006: 1093). Bu bağlamda, sağlık hizmetlerinin ticarileştirilmesi, metalaştırılması ve uluslararasılaştırılması ile ortaya çıkan sağlık turizmi, faaliyet alanı gereği Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ)'nün yasal dayanaklarından biri olan Hizmet Ticareti Genel Anlaşması (GATS) kapsamında değerlendirilen bir hizmet ticareti türüdür (Hafızan vd. 2018: 19). Uluslararası ticaretin bir bileşeni olarak sağlık turizmi, gelişmiş ülkelerin finans, sanayi ve yüksek teknoloji avantajı ile başat rol oynadıkları küresel ticari sistemde gelişmekte olan ülkeler için rekabet avantajı sunarak dış ticaret açıklarının kapanmasında kayda değer bir işlev üstlenebilecek önemli bir sektör olarak ön plana çıkmaktadır.

Sağlık turizmi ile turist sağlığı aynı kelimelerden müteşekkil olsa ve yer yer birbirlerinin yerine kullanılsa bile çok farklı anlamları olan terimlerdir. Sağlık turizmi bir turizm çeşidini tarif ederken turist sağlığı ise daha çok turistlerin tatil esnasında karşılaşılabilecekleri sağlık sorunları ile ilgilidir. Bu bağlamda turist sağlığı turizm sektörünün hizmet kalitesini artırmaya yönelik önemli bir hizmet standardıdır. Sağlık turistlerinin beklentileri ve öncelikleri çok farklıdır. Bu nedenle farklı beklentilere ve önceliklere göre hizmet ve paketler sunmak önemlidir. Bir kısmının önceliği tedavi iken bir kısmının önceliği seyahattir. Dolayısıyla beklentiler karmaşıktır ve bu farklı beklentilere hitap eden farklı alternatifler sunmak sağlık turizmi sektörünün başarısında belirleyici bir rol oynar (Reisman, 2010: 11). Bu bağlamda sağlık turizminin motivasyonu çift taraflı bir fayda ekseninde gelişmektedir. Bu fayda denkleminin bir tarafında hizmeti talep eden hastalar bulunmaktayken diğer tarafında ise bu kişilerin beklentilerini karşılamaya çalışan bir hizmet arzı söz konusudur (Omay ve Cengiz 2013: 426). Bir ülkede sağlık turizminin gelişmesi için özellikle hizmet kalitesini artıracak ve böylece uluslararası bir cazibe merkezi olarak konumlanmasını sağlayacak bazı önemli ve zorunlu altyapı ihtiyaçlarının karşılanması gerekmektedir. Bunlar (Yalçın, 2006: 167-171):

- Sağlık turizmi hizmeti veren kuruluşların mutlaka uluslararası standartları karşılayacak şekilde akredite olmaları gerekmektedir. Yeterli hizmet standardına sahip olmayan; yani akredite olmayan kuruluşların sağlık turizmi alanında hizmet vermesini engelleyecek, devletin ilgili kurumlarının öncülüğünde bir mevzuat ve takip sistemi kurulmalıdır.
- Tüm kamu ve özel sağlık kuruluşlarında sağlık turizmi birimi kurulmalıdır.
- Hizmet verilen hastalarla iletişim kuracak yabancı dil bilgisine haiz personel istihdam edilmesi önemli bir husustur. Bu durum, hastaların kuruluştan taleplerinin doğru bir şekilde belirlenmesine katkı sağlayarak kuruluşun hastaya yönelik hizmet önceliklerine odaklanmasını temin edecek ve hasta memnuniyetinin artırılmasına vesile olacaktır.

- İşletmenin hastalar kadar hasta yakınlarının da ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde alternatif sağlık ve turizm vizyonu ile hareket etmeleri elzemdir.
- Uluslararası müşterilere ulaşılmasına yönelik devletin ve ilgili organlarının da desteğini alarak farklı dillerde reklam ve pazarlama faaliyetleri yürütülmelidir.
- Uluslararası rekabeti göz önüne alarak sağlık turizmi alanında ülkeye gerek maliyet gerekse hizmet kalitesi anlamında rekabet avantajı sağlayacak bir hizmet sunumu çaba ve araştırması içinde olunması gerekmektedir. Bu kapsamda sektör temsilcileri ve devlet yetkililerinin uluslararası konferans, sempozyum, fuar ve diğer organizasyonları takip ederek sektördeki güncel gelişmeleri ve standartları takip etmeleri çok önemlidir.
- Sağlık kuruluşlarından devlet politikalarına kadar sağlık turizmi alanında uluslararası pazar payını artırmaya yönelik hastalık tipi, hasta portföyü ve ülke/bölge profili, hedef pazarlar gibi hususlarda müşterek ve merkezi olarak yönetilen bir ulusal planlama stratejisi izlenmesi gerekmektedir.
- Sağlık turizmi birçok sektörü ilgilendiren hususiyetinin bir gereği olarak sektörel iş birliğinin zorunlu olduğu bir hizmet alanıdır. Bu kapsamda kamu-özel iş birliğinin yanında gibi bakanlıklarla yerel yönetimlerin ortak bir vizyon çerçevesinde, iş birliği ve koordinasyon içerisinde hareket etmeleri önem arz etmektedir.
- Yukarıda sayılan tüm bu ihtiyaçların ancak liyakatli ve sektörel vizyonu olan yöneticiler tarafından karşılanabileceği unutulmamalıdır. Bu kapsamda bu alanda araştırmaları olan akademik çevrelerden de destek alarak sağlık turizmi sektörünün ancak profesyonel bir anlayışla yönetilebileceği gerçeği göz önünde tutulmalıdır.

Sayılan bu koşulların modern altyapı hizmeti sunma, sunulan hizmetin sürdürülebilir bir kalite standardını mümkün kılacak şekilde profesyonel bir işletme mantığı ile yönetimi ve pazarlanmasına vurgu yaptığı göze çarpmaktadır. Sağlık turizminde öne çıkan ülkelere bakıldığında hizmetin pazarlanması noktasında çok başarılı ve etkin oldukları anlaşılmaktadır. Sağlık turizmini sadece sağlık profesyonellerinin yönlendirmesi, sektörü başarılı kılamaz. Sağlık turizminde başarıya ulaşmak için öncelikle aşılması gereken bu kısır düşüncedir. Sağlık turizmi, planlaması, koordinasyonu, altyapısı, hizmet üretimi ve pazarlaması ile modern bir işletme yönetimi konseptine haizdir (Bruno, 2023: 217).

1.1. Dünyada Sağlık Turizmi

Sağlık turizmi küresel turizmin alt başlıkları arasında kültürel turizmden sonra en yaygın turizm türü olarak karşımıza çıkmaktadır (Solak ve Şeker, 2020: 602). Yukarıda da vurgulandığı gibi sağlık turizmi yüksek gelirli kesimin ihtiyaçları doğrultusunda ortaya çıktığından, sağlık turizmi tüketicilerinin çoğunluğunun Kuzey

Amerika, Batı Avrupa ve Orta Doğu'dan olması şaşırtıcı değildir (Connell, 2006: 1096). Ancak sağlık turizminde tüketici kitlesine son dönemde gelişmiş ülkelerin yüksek gelirli kesimi dışında orta gelir grubunun da dâhil olduğu söylenebilir. Bu gelişmeye paralel olarak artan talep doğrultusunda yeni olan bir başka ve önemli husus ise sağlık turizminin yönüdür. Sağlık turizmi içinde bulunduğumuz küreselleşme çağının ilk döneminde, gelişmekte olan ülkelerin zenginlerinin kaliteli tedavi için gelişmiş ülkelere seyahat etmesi olarak yaşanmaktayken, sonradan gelişmiş ülkelerden gelişmekte olan ülkelere doğru daha kapsamlı ve alternatifli bir sağlık turizmi eğilimine dönüşmüştür. Şüphesiz bunun en önemli nedenlerinden biri gelişmiş ülkelerde artan sağlık hizmetleri maliyetleridir (Cohen, 2008: 25; Bookman ve Bookman, 2007: 4). Birçok Amerikalı için karın germe ameliyatlarını hem daha az maliyetle ve kaliteyle hem de Taç Mahal'e yapılacak bir geziyle birleştirme fikri gerçekten cazip bir alternatif olarak kabul edilmektedir (Connell, 2006: 1093). Genel anlamda Amerika'daki sağlık hizmeti maliyetleri Brezilya'da %20 ila %30, Kosta Rika'da %45 ila %65, Hindistan'da %65 ila %90, Malezya'da %65 ila %80, Meksika'da %40 ila %65, Singapur'da %25 ila %40, Güney Kore'de %30 ila %45, Tayvan'da %40 ila %55, Tayland'da %50 ila %75, Türkiye'de %50 ila %65 tasarruf sağlamaktadır. Tedavinin türüne göre bu tasarruflar çok büyük rakamlara ulaşmaktadır (Demicco, Cetron ve Davies, 2023: 7). Bu durum sektördeki hizmet ihracatının yönünü değiştirmekle kalmamış, gelişmekte olan ülkeler için önemli bir uluslararası rekabet imkânı sunmuştur.

Yaşanan gelişmelerle sağlık turizmi alanında gelişmekte olan ülkelere Tayland, Malezya, Hindistan, Küba, Singapur gibi ülkeler ön plana çıkmıştır. Ancak sektördeki canlılık körfez ülkelerini, Doğu Avrupa ve Uzakdoğu ülkelerini de yoğun rekabetin içine dâhil etmiştir. Sağlık turizmi birçok ülkenin bu anlamda gelecek vizyonlarında önemli bir ekonomik başlık konumuna yükselmiştir (Connell, 2006: 1095). Sağlık turizminde turistlerin en fazla tercih ettiği ülkeler de sırasıyla Hindistan, Tayland, Singapur, Meksika, Brezilya, Malezya, Kosta Rika, Güney Kore, Tayvan ve Türkiye'dir³. Sağlık turizminin hususiyeti gereği bu ülkeler hem turizm fırsatlarını hem de sundukları sağlık hizmetlerini kaliteli ve düşük maliyetlerde tutarak rekabette başı çekmektedirler. Görüldüğü üzere bu ülkeler hemen hemen benzer ekonomik seviyelerdeki ülkelerdir. Turistlerin talep ettikleri tedavilerde ise kalp ameliyatları, kardiyoloji, özel cerrahi müdahaleler, ortopedik

³ Türkiye, Hindistan, Malezya, Tayland ve Singapur gibi sağlık turizminde öne çıkan gelişmekte olan ülkelerin tedavi maliyetlerini karşılaştıran detaylı bir çalışma için bkz. (Alp 2021: 62-66); Türkiye, Güney Kore, Tayland, Yunanistan, Polonya ülkelerinin karşılaştırmalı analizi için bkz. (Ateş ve Sunar 2024: 355-360). İlk çalışmada Türkiye'nin, özellikle maliyet avantajına sahip olduğu tedavi türlerinde tercih edildiği vurgulanmıştır. İkinci çalışmada ise Türkiye açısından Güney Kore ve Polonya'nın, Tayland ve Yunanistan'a göre daha rekabetçi olduğu değerlendirilmiştir.

cerrahi, onkoloji, estetik, plastik cerrahi, kısırlık tedavisi, diş, göz⁴ ve obezite tedavisi ön sırada yer almaktadır (Ateş ve Sunar, 2024: 345).

Sağlık turizminin gelişmiş ülkelerden gelişmekte olan ülkelere doğru faaliyet göstermesinin en önemli ekonomik sonucu da kuşkusuz bu yönde bir kaynak transferine imkân sağlamasıdır. Diğer yandan sağlık turizmi ülkeler arasındaki iletişim ve diyaloga farklı bir platform oluşturduğundan diğer sektörlerde iş birliği imkânlarını da pekiştirmektedir (Solak ve Şeker, 2020: 607). Küresel sağlık turizmi pazarının 2032 yılına kadar 35,9 milyar dolara ulaşması ve Asya-Pasifik bölgesinin de bu pazarın %75'ini oluşturması beklenmektedir. Sağlık turizminin diğer sektörlerle birlikte küresel ekonomiye katkısı artık yıllık 100 milyar doları aşmaktadır (Ateş ve Sunar, 2024: 347). Covid-19 salgın döneminin de insanların turizm ve seyahat tercihlerinde sağlık turizmi lehinde bir dönüşüm yaşanmasında etkisi olmuştur. Çin’de yapılan bir araştırmaya göre salgın sonrası sağlıklı olmanın veya sağlıklı kalmanın önem kazanması nedeniyle turistlerin destinasyon tercihlerinin bu öncelikleri de içine alan alternatiflerde yoğunlaşması söz konusu olmuştur (Zhong vd. 2024: 7).

Diğer yandan sağlık turizminde öne çıkan ülkelere bakıldığında uluslararası hizmet üretimi ve bunun ticareti söz konusu olduğundan sağlık turizminin planlaması, üretimi ve ticaretinin çok yönlü, müşterek bir çalışma gerektirdiği anlaşılmaktadır. Hastanelerin, hastaları getirmek ve kurumun yeteneklerini diğer ülkelerdeki sağlık turistlerine tanıtmak için planlamacılara, koordinatörlere ve pazarlamacılara ihtiyacı vardır (Demicco, Cetron ve Davies, 2023: 18).

Hızlı gelişen tüm ekonomik sektörler gibi sağlık turizminin plansız ve kontrolsüz gelişimi artan cazibesinin yanında sektördeki rekabeti zorlaştıran önemli riskler de barındırmaktadır. Ülkelerin özellikle göz ardı etmemeleri gereken riskler, tıbbi ve cerrahi riskler, etik sorunlar, yasal sorunlar, bulaşıcı hastalık riskleri ve ameliyat sonrası riskler olarak sıralanabilir (Ateş ve Sunar, 2024: 345). Diğer yandan, sağlık turizmi gelişmekte olan ülkeler için çok önemli bir döviz girdi fırsatı yaratsa da sunulan sağlık hizmetinin metalaştırılması ve uluslararasılaştırılması sonucu ülke içindeki sağlık hizmeti ortalama fiyatlarının da artışına neden olarak zaten zor olan yerel halkın sağlık hizmetine ulaşmasını daha da zorlaştırmaktadır. Doktor ve sağlık kurumlarının önceliğinin uluslararası müşteriler olması yerel hizmet arzını sorunlu hale getirmektedir (Connell 2006: 1099). Sağlık turizminde öne çıkan ülkelerde bu paradoks genelde yaşanmaktadır. Şüphesiz bu riskler ülkelerin sağlık ve turizm altyapıları ile sağlık turizmi ile ilgili ulusal anlamda benimsenen vizyonla doğrudan ilgilidir.

⁴ Türkiye göz ameliyatları konusunda da öne çıkan bir ülke durumundadır. Şüphesiz cerrahi kalitesinin yanında en önemli sebep düşük maliyettir. Lasik ameliyatı ABD’de göz başına ortalama 2.500 dolar ve İngiltere’de 2.000 dolar iken, Türkiye’de yaklaşık 1.250 dolar, katarakt ameliyatı ABD’de yaklaşık 3.600 dolar ve İngiltere’de 4.500 dolarken Türkiye’de ise sadece 1.500 dolardır. Türk Hava Yolları’nın kalitesi ve düşük uçuş maliyetleri de hesaba katılmalıdır (Demicco, Cetron ve Davies 2023: 17).

1.2. Türkiye’de Sağlık Turizmi

Türkiye, özellikle gelişmiş ülkelere göre kaliteli sağlık hizmetini daha düşük maliyetlerde ve uluslararası standartlarda vermesi; ayrıca deniz, kış, kültür ve doğa gibi çok farklı talepleri karşılayan bir turizm destinasyonu olması sebebiyle sağlık turizmi merkezi olma potansiyeli taşımaktadır. Özellikle doğu-batı ve kuzey-güney istikametinde farklı coğrafya ve kültürlerin kesişim noktasında olması, jeopolitik konumu Türkiye’yi daha cazip bir ülke durumuna getirmektedir. Ülkenin geçmişten günümüze tıbbi ve cerrahi tecrübesi, kaliteli eğitim geleneği de unutulmamalıdır. Ayrıca sağlık turizminin önemli bir bileşeni olan alternatif turizm imkânları ile (Tengilimoğlu, 2013: 117-121; Ateş ve Sunar, 2024: 344) Türkiye’nin kişi başına geliri yüksek ve nüfus yoğunluğu olan ülkelere yakın olması da önemli avantajlarıdır (Solak ve Şeker 2020: 605). Sağlık turizminde tercih edilmesinin nedenlerinin analiz edildiği bir çalışmadaki sonuçlara göre Türkiye, özellikle sağlık tesisleri ve doktor kalitesi, fiziksel, kültürel ve coğrafi yakınlık, düşük maliyet ve turizm ve seyahat imkânları nedeniyle tercih edilmektedir (Üstün, Demir Uslu 2022: 350). Avrupa ülkelerinde yaşanan ekonomik yavaşlama sonucu sosyal güvenlik harcamalarını kısmak adına sigorta firmaları tarafından sağlık hizmetlerinin yurt dışına aktarılması da Türkiye gibi yakın destinasyonları olumlu etkilemektedir (Demicco, Cetron ve Davies, 2023: 22).

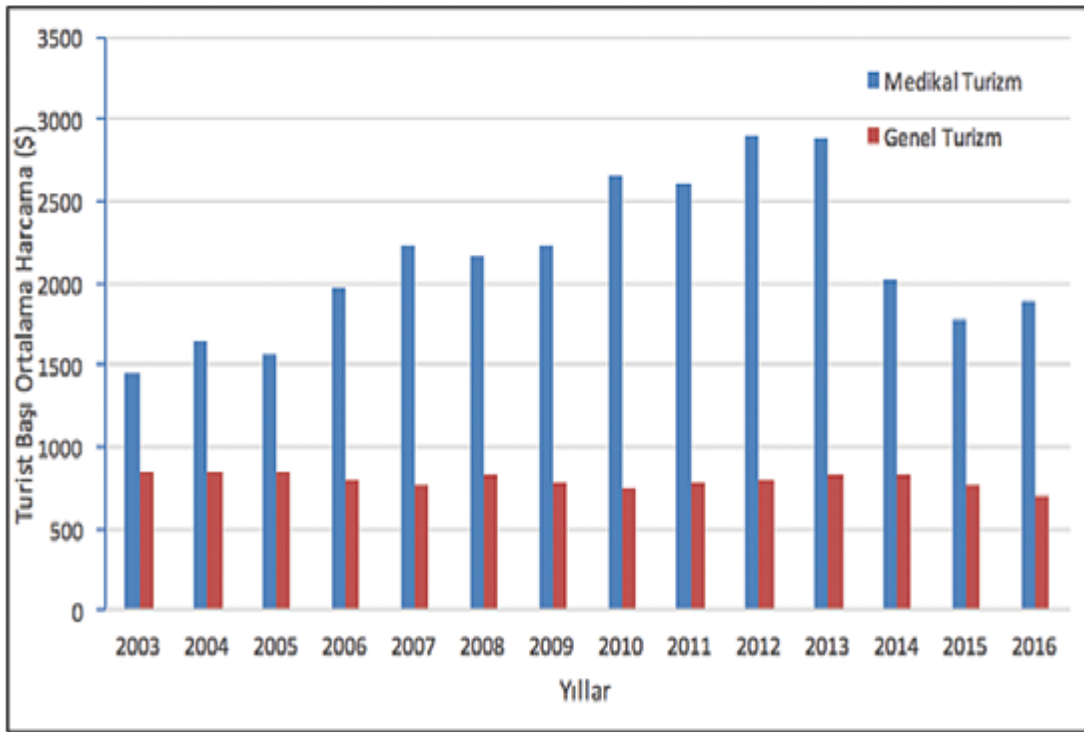
Türkiye’de sağlık turizmi Sağlık Bakanlığı tarafından planlanıp koordine edilmektedir. Sağlık Bakanlığı’nda ilk kez 2010 yılında Sağlık Turizmi Koordinatörlüğü kurulmuş, 2012 yılında ise Bakanlığın yenilenen teşkilat kanunu doğrultusunda Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü’ne bağlı Sağlık Turizmi Daire Başkanlığı kurulmuştur. Türkiye’deki sağlık turizmi akreditasyon, planlama ve koordinasyonu halen bu birim tarafından yürütülmektedir. Bu kapsamda 23 Temmuz 2013 tarihinde yürürlüğe giren Sağlık Turizmi Yönergesi de bu alanda faaliyet gösteren kurum ve firmalar için yasal standartları belirleyen temel mevzuat hükmündedir. Yine Bakanlık bünyesinde oluşturulan uluslararası destek çağrı birimi ile İngilizce, Almanca, Fransızca, Rusça, Arapça ve Farsça olmak üzere farklı dillerde kesintisiz danışmanlık hizmeti verilmektedir. Son olarak 04.02.2019 tarihinde daha profesyonel bir bakış açısıyla tamamen sağlık turizmi alanına odaklanarak “uluslararası sağlık hizmetleri alanında Türkiye’de sunulan hizmetlerin tanıtımını yapmak, kamu ve özel sektörün sağlık turizmine yönelik faaliyetlerini desteklemek ve koordine etmek, uluslararası sağlık hizmetlerine ilişkin politika ve stratejiler ile hizmet sunum standartları ve akreditasyon kriterleri konusunda Bakanlığa önerilerde bulunmak üzere” Sağlık Bakanlığı’na bağlı Uluslararası Sağlık Hizmetleri A.Ş. (USHAŞ) kurularak faaliyete geçmiştir (Çelik, 2014: 64-66).

Medikal turistlerin Türkiye’yi en çok tercih ettikleri tedavi alanları deri ve zührevi hastalıklar, estetik cerrahi, kadın hastalıkları, iç hastalıkları, göz hastalıkları, tıbbi biyokimya, genel cerrahi, diş, ortopedi, enfeksiyon

hastalıkları, kardiyoloji, fertilite ve kulak-burun-boğaz olarak öne çıkmaktadır (Alp, 2021: 61). Yine Türkiye'nin göz cerrahisi alanında yabancı hastaların en fazla tercih ettiği ülke konumunda olması üst düzey göz cerrahisine yönelik tedavilerin en az 45 gün sürdüğü düşünüldüğünde önemli bir avantaj olarak değerlendirilmelidir (Solak ve Şeker, 2020: 619).

Türkiye'nin turizm alanında yaşadığı en önemli handikaplarından biri turizm destinasyonunda ilk onda yer almasına rağmen turizm gelirinde turist sayısının aksine dünyada ilk onda yer bulamamasıdır. Sağlık turizmi Türkiye’de turizmde yaşanan bu genel sorunu tersine çevirme potansiyeli taşımaktadır ve bu yönüyle de turizmin Türkiye ekonomisine sağladığı katma değeri yukarı çıkarma fırsatı sunmaktadır (Omay ve Cengiz, 2013: 428-429). Şekil 1’de görüldüğü üzere Türkiye’nin turizm sektöründe önemli bir sorun olarak ele aldığı turist başına yapılan döviz harcamasının düşüklüğü sağlık turizmi için geçerli değildir.⁵ Sağlık turizmi sektöründe turistlerin döviz harcamaları genel itibariyle turizm sektöründeki ortalamalardan oldukça yüksektir (Sağlık ve Hastaoğlu, 2022: 110).

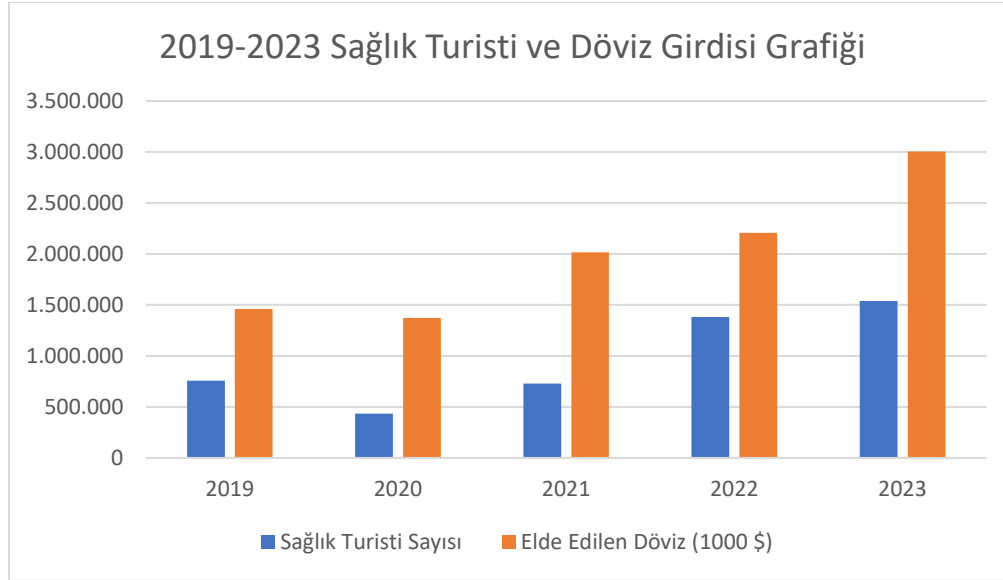
Şekil 1. Türkiye’de Medikal Turizm ile Genel Turizm Turist Başı Harcama Düzeyi



Kaynak: Sağlık ve Hastaoğlu, 2022: 110

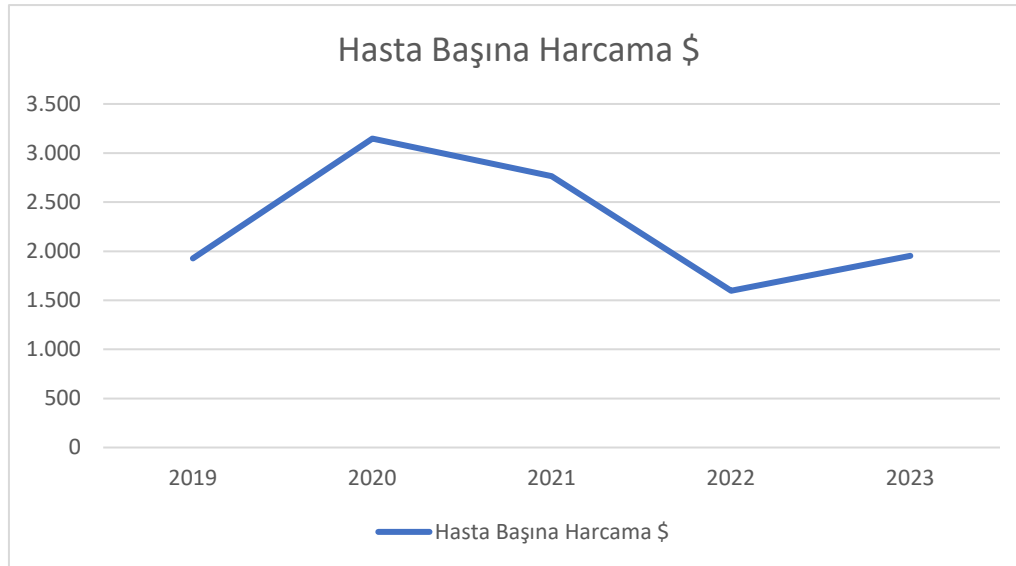
⁵ Reisman, Amerikalı eğlence amaçlı turistler günde ortalama 144 ABD doları harcarken sağlık hizmeti için giden turistlerin ise 362 ABD doları harcıyor olduğunu belirtmektedir (2010: 102). Diğer yandan Türkiye’de normal turistlerin kişi başına düşen harcamaları halen 1000 doları aşamamıştır. Bu nedenle sağlık turizminin geliştirilmesi çok önemlidir.

Şekil 2. 2019-2023 Sağlık Turisti ve Döviz Girdisi Grafiği⁶



Kaynak: USHAŞ Web sayfasından derlenmiştir. <https://www.ushas.com.tr/saglik-turizmi-verileri/>

Şekil 3. Sağlık Turistlerinin Hasta Başına Harcama Tutarları



Kaynak: USHAŞ Web sayfasından derlenmiştir. <https://www.ushas.com.tr/saglik-turizmi-verileri/>

⁶ 2024 turist sayısı ve turizm geliri 2023 yılı ile hemen hemen aynı olduğu için istatistiklere dâhil edilmemiştir. Grafiklerde de görüldüğü üzere pandemi dönemi hariç kayda değer bir artış eğilimi gösteren rakamların 2024 yılında artış kaydetmemesi, ülke performansının sağlıklı bir şekilde analiz edilmesi için önemli bir göstergedir.

Şekil 1 ve Şekil 2’de görüldüğü üzere sağlık turizmi kapsamında turist başına düşen ortalama gelir 2-4 bin dolar seviyesinde olmasına karşın sağlık turizminin bir türü medikal turizmde bu gelir 9-12 bin dolar arasında değişmektedir. Bu nedenle Türkiye’nin medikal turizm alanında daha etkin ve müşteri odaklı bir vizyon geliştirmesi önemlidir. Sağlık turizminin geliştirilmesi yüksek gelirli turistleri ülkeye çekeceğinden turizmin müşteri portföyünün dönüştürülmesine de önemli bir katkı sunacaktır (Solak ve Şeker, 2020: 620-621). Türkiye’nin özellikle medikal turizmde en tatmin edici müşteri portföyünün gelişmiş ülkeler vatandaşları olduğu düşünüldüğünde pazarlama noktasında en kritik sorunun Connell’in de dikkat çektiği gibi (2006: 1094) bu ülkelerdeki hastaları Türkiye’deki sağlık hizmeti kalitesinin en az kendi ülkelerindeki hizmet kalitesi kadar olduğu yönünde ikna etmek olduğu aşîkârdır. Dolayısıyla reklam ve tanıtım faaliyetlerinde bu husus ön planda tutulmalıdır.

Şüphesiz diğer sektörlerde olduğu gibi sağlık hizmetlerinde de uluslararası akreditasyon, kurumların önemli bir kalite standardı algısı oluşturulması noktasında tercih edilirlîğini artırarak hizmetin pazarlanması anlamında önemli bir itibar unsuru olarak önemli çıkmakta, kurum ve firmaların rekabet imkânını güçlendirmektedir. Bu kapsamda uluslararası anlamda en geçerli akreditasyon kuruluşu durumundaki Joint Commission International (JCI) ülkemizdeki sağlık kuruluşlarının da akreditasyon başvurusu yaptığı başlıca kuruluştur. 2025 yılı itibariyle Türkiye ile birlikte en çok akreditasyon verilen yedi ülke aşğıdaki tabloda sıralanmıştır.

Tablo 2. Akreditasyon Sayılarına Göre Ülkeler

S. No	Ülke Adı	Akredite Olan Kurum/Kuruluş Sayısı
1.	Birleşik Arap Emirlikleri	222
2.	Suudi Arabistan	109
3.	Brezilya	76
4.	Tayland	64
5.	Hindistan	61
6.	Türkiye	41
7.	İspanya	36

Kaynak: JCI Web Sayfası (14.05.2025 tarihindeki veriler derlenerek hazırlanmıştır.

<https://www.jointcommissioninternational.org/who-we-are/accredited-organizations/#sort=%40aoname%20ascending>)

Tablo 2’de görüleceği üzere 2025 yılı itibariyle ülkemizde JCI akreditasyonuna sahip sağlık kuruluşu sayısı 41’dir. 2015 yılında Türkiye’de kurulan Türkiye Sağlık Enstitüleri Başkanlığı (TÜSEB) bünyesinde faaliyet

göstermeye başlayan Türkiye Sağlık Hizmetleri Kalite ve Akreditasyon Enstitüsü de (TÜSKA) uluslararası yetkinliği olan bir kuruluş olarak hem yerelde hem de yurt dışında akreditasyon hizmetleri sunmaya başlamıştır. Bu kapsamda Nisan 2025 itibariyle Türkiye’de TÜSKA tarafından akredite edilen 14 sağlık kurumu bulunmaktadır (TÜSEB, 2025).⁷

Sağlık Bakanlığı stratejik planlarında yer alan kalkınma hedeflerinde sağlık turizmi alanında Türkiye’nin rekabet gücünün artırılmasına yönelik tedbirlerin alınması ve sağlık turisti sayısının ve gelirlerinin artırılması yönündeki vizyon teyit edilmiştir (Sağlık Bakanlığı 2019-2023 Stratejik Planı, s. 169; Sağlık Bakanlığı 2024-2028 Stratejik Planı s. 32, 184). Diğer yandan verilen devlet teşvikleri de Türkiye’nin sağlık turizmini geliştirilmesi gereken öncelikli sektörlerden biri olarak belirlediğinin göstergesi olarak değerlendirilmelidir. Özellikle sağlık turizmi gibi döviz girişini kolaylaştıracak sektörler için 2020 yılında çıkarılan “Döviz Kazandırıcı Hizmet Sektörlerinin Pazara Girişte Dijital Faaliyetlerinin Desteklenmesi Hakkında Karar” ile sanal ticaret ve sanal fuar gibi faaliyetlerle hizmet ticaretine başlayacak yeni müteşebbislerin sektöre girişleri teşvik edilmişti (<https://ticaret.gov.tr/data/5efd8bf113b876a83c6f2c0e/Resmi%20Gazete.pdf>). Yine 2022 yılında çıkartılan “5448 Sayılı Hizmet İhracatının Tanımlanması, Sınıflandırılması ve Desteklenmesi Hakkında Karar” ile sağlık turizminin de döviz kazandırıcı işlevi teyit edilmiş ve yapılacak desteklerin nitelik ve niceliği detaylandırılmış, en önemlisi de verilen mali desteklerin tutarları için her yıl uygulanacak artış oranı belirlenerek standart bir tarifeye dayandırılmıştır. Bu kapsamda ilgili kararın “Sağlık ve Spor Turizmi Hizmetlerine Yönelik Tanımlar ve Destek Unsurları” başlıklı Altıncı Bölümünde tescil ve koruma, pazara giriş belgeleri, komplikasyon ve seyahat sağlık sigortası, istihdam, yabancı dil ve sağlık turizmi eğitimi, hasta yol desteği, reklam, tanıtım ve pazarlama, birim desteği, yurt dışı ve yurt içi etkinlik katılımı, yarışma ve etkinlik destekleri gibi birçok başlıkta %60 ile %100 oranları arasında destek verileceği belirtilmiştir (<https://ticaret.gov.tr>).

Türkiye’de sağlık turizmi ilk kez 2013 yılında yayınlanan 2014-2018 yıllarını kapsayan 10. Kalkınma Planı’nda planlamaya dâhil edilmiştir. Sağlığa yapılacak uzun dönemli yatırımların, ilaç ve tıbbi malzeme üretimiyle birlikte sağlık turizminde yeni fırsatlar doğuracağı öngörüsünde bulunulan planda, başta Avrupa ve OECD ülkelerinin yaşlanan nüfusunun Türkiye’nin sağlık turizminde potansiyelini artıracak vurgusu yapılmış, sağlık turizminin döviz gelirleri, istihdam fırsatları, turizm çeşitliliği sağlaması, sağlıkta sürdürülebilir bir modernizasyon imkânı vermesi ile uzun dönemde cari denge için kayda değer katkılarının olacağı üzerinde durulmuştur (10. Kalkınma Planı: 11, 114). Özellikle planın “Öncelikli Dönüşüm Programları” başlığının yer

⁷ Akredite edilen kurumlar için bkz., <https://tuska.tuseb.gov.tr/akreditasyon/tuska039dan-akredite-olan-kuruluslar>.

aldığı üçüncü bölümünde sağlık turizmi, ülkenin öncelik verilmesi gereken yatırım alanlarından biri olarak belirlenmiş ve bu kapsamda uygulanacak politikalar, kısa ve uzun vadeli hedefler ile bu hedeflere ulaşmakta dayanak olacak performans göstergeleri ve pazarlama stratejileri belirlenerek sağlık turizminde ilk defa kapsamlı bir vizyon oluşturma çabasına girilmiştir (10. Kalkınma Planı: 182-183). 2019-2023 yıllarını kapsayan 11. Kalkınma Planı’nda bir önceki planda ortaya konulan hedeflerle ilgili bir değerlendirme ve analiz yapılmamış, turizm ve sağlık başlıklarının altında sağlık turizminin, turizmin tüm yıla yayılmasına sağlayacağı katkısına vurgu yapılmıştır. Bu planda öncelikli dönüşüm programlarına yer verilmediğinden sağlık turizminin geleceğiyle ilgili net bir stratejiden söz etmek imkânsızdır. İçinde bulunduğumuz dönemi; yani 2024-2028 yıllarını kapsayan 12. Kalkınma Planı’nda ise uzun vadeli hedeflerin ortaya konduğu 2053 vizyonunda Türkiye’nin sağlık turizminin başkenti olması hedefi belirlenmiştir. Yine ödemeler dengesinin iyileştirilmesi ile ilgili başlığın altında sağlık turizminin nicelik ve niteliğinin artırılması ile yeni pazarlama stratejilerinin gerekliliğine vurgu yapılsa da (12. Kalkınma Planı: 39, 49, 65, 167-168) konunun ilgili kurum ve kuruluşların inisiyatifine bırakıldığı anlaşılmaktadır. Sonuç olarak kalkınma planları incelendiğinde planlarda sağlık turizmi ile ilgili kavramlara (sağlık turizmi, medikal turizm, SPA, termal/kaplıca turizmi gibi) bariz bir şekilde en fazla 10. Kalkınma Planı’nda yer verildiği (38 adet), sonraki kalkınma planlarında ise (9’ar adet) çok daha az yer verildiği görülmektedir.

Sağlık turizmi gelirleri küresel ölçekte 100 milyar doları bulmuştur. Türkiye’nin 2025 yılı için koyduğu 12 milyar dolar hedefi sektördeki son yıllarda nispeten yavaşlayan büyüme sonrası iddialı bir hedef konumundadır (<https://www.aa.com.tr/tr/saglik/>). Koyulan hedeflere ulaşmak için sektörün eksiklikleri ve sorunlarının sağlıklı ve objektif bir şekilde tespit edilip iyileştirici tedbirler alınarak doğru planlamalar ve projeler yapmak önemlidir. Yapılan SWOT analizlerinde Türkiye’nin sağlık turizmi sektöründeki eksiklikleri net bir şekilde tespit edilebilmiştir. Bu anlamda önemli hususlardan birinin sağlık turizminin arz noktasına ağırlık verilerek pazarlama tarafının ihmal edilmesidir. Diğer bir sorun ise sağlık turizminin ulusal bir vizyon çerçevesinde değerlendirilmesindeki eksikliklerdir. Sektör genel anlamda halen kamu-özel planlama, strateji, iş birliği ve koordinasyon noktasında bir devlet politikasından mahrumdur. Siyasi imaj yönetimi, yabancı sigorta şirketleriyle iş birliği eksikliği, yabancı dil sorunları da bu ulusal vizyon eksikliğinin tezahürleri olarak sayılabilir. Sunulan hizmetlerin etkin bir kalite kontrol sisteminden mahrum olması, profesyonel olmayan yönetim, yetersiz altyapı, bürokratik engeller, Avrupa sağlık mevzuatı hakkında sınırlı bilgi gibi konular da kötü fiyat politikası uygulamalarına neden olmaktadır (Ateş ve Sunar, 2024: 350).

2. YALOVA’NIN SAĞLIK TURİZMİ POTANSİYELİ

Termal sağlık turizmi tıbbi masaj, peloid, egzersiz ve fizik tedavi gibi bazı tamamlayıcı tıbbi uygulamaların termal su kaynakları ve/veya otel hizmetleriyle birlikte gerçekleştirildiği bir sağlık turizmi türü olarak tanımlanmaktadır (Solak ve Şeker, 2020: 616). Termal turizm, genel anlamda banyo uygulamaları, içme ve inhalasyon kür tedavisi, peloidoterapi (çamur tedavisi), talassoterapi (deniz suyu tedavisi), balneoterapi, egzersiz, masaj, fizik tedavi, hidroterapi (havuz tedavisi) gibi uygulamaları içermektedir (Aslan ve Çalışkan, 2016: 834-85). Yalova özellikle termal turizmi ile öne çıkan bir turizm şehridir. Şehrin Termal ilçesinde 4000 yıl önce yer kabuğunda meydana gelen kırılma neticesinde ortaya çıkan kaplıca sularının 2000 yıldır şifa maksadıyla insanlar tarafından kullanıldığı tahmin edilmektedir. Kaplıca tesisleri ilk kez Bizans İmparatoru Constantinus (312-337) tarafından inşa edilmiş, Osmanlı İmparatorluğu’nun son döneminden itibaren hanedanın buradaki tesislere özel ilgi göstermesiyle bölgede kaplıca hizmetinde öne çıkmıştır. Tesislerin bulunduğu yer Türkiye’nin en zengin florası ve bitki örtüsüne sahip alanlarından biridir. İlçedeki kaplıca suları 1911 yılında Roma’da yapılan kaplıca yarışmasında “en şifalı kaplıca suyu” seçilerek birincilik ödülü almıştır. Günümüzde Sağlık Bakanlığı tarafından işletilen tarihi hamamlar ve daha modern bir kaplıca oteli mevcuttur (yalovatermal.com/Tarihcemiz). Ancak Yalova’nın da içinde bulunduğu kaplıca sağlık turizmi genel anlamda değerlendirildiğinde su kalitesi çok yüksek olmasına rağmen konaklama hizmeti ve terapi tesisleri/hizmeti, dolayısıyla turist sayısı anlamında termal turizmde marka olmuş ABD, Almanya, İsviçre, Fransa, Macaristan, İspanya, Çek Cumhuriyeti ve Rusya gibi ülkelerin gerisindedir (Şengül ve Bulut 2019: 62). Bu anlamda termal turizm kapsamında seyahat eden turist sayısı ülkemizdeki tesis sayısı da değerlendirildiğinde bu ülkelere göre düşüktür (Aktepe, 2013: 175).

Yalova bir turizm şehri olarak anılsa da modern konaklama tesisi işletmeciliğinin yeterli ölçüde gelişmiş olduğu söylenemez. Örneğin: Turizmi ile öne çıkan ve adını da bu özelliğinden alan Termal ilçesinde işletmelerin çoğu aile işletmesidir ve pansiyon olarak hizmet vermektedir. Yalova genelinde 34 turizm işletme belgeli konaklama tesisi varken Termal’de termal sıcak su hizmeti sağlayan altı tesis bulunmaktadır (<https://tga.gov.tr/kultur>). Dolayısıyla Yalova’da sağlık turizminden önce turizmi cazip kılacak modern konaklama tesisleri ile ilgili altyapı sorunlarının üzerinde durulmalıdır. Yukarıda da bahsedildiği gibi sağlık turizminde tedavinin ve diğer sağlık hizmetlerinin verileceği modern konaklama tesisleri çok önemli bir unsurdur ve sağlık turizminin turizm ayağını oluşturmaktadır.

Türkiye’de ve Yalova’da 28.03.2023 tarihinde yayınlanan son rapora göre uluslararası sağlık turizmi yetki belgesi verilen sağlık kuruluşları türlerine göre aşağıdaki tabloda sunulmuştur:

Tablo 3. Yetkilendirilmiş Sağlık Kurum ve Firmaları Sayıları

Kurum/Firma Türü	Yalova İli	Türkiye Geneli
Hastane	3	659
Tıp Merkezi	---	201
Özel Muayenehane	2	3147
Diğer Sağlık Tesisleri (Çoğunluğu Ağız ve Diş Sağlığı merkezidir)	3	1600
Sağlık Turizmi Acentesi	1	1259
TOPLAM	9	6868

Kaynak: T.C. Sağlık Bakanlığı Web Sitesi, <https://shgmturizmdb.saglik.gov.tr/TR-108468/yetki-belgesi-listeleri-guncellenmistir.html>

Burada göze çarpan en önemli husus da Yalova, özellikle Termal’de turizm ve sağlığı entegre eden bir sağlık turizmi konseptinin, kurum ve kuruluşunun bulunmamasıdır. Termal’de bulunan turizm işletme belgeli otellerde kapsamlı ve profesyonel anlamda hizmet veren bir sağlık turizmi, hidroterapi veya balneoterapi ünitesi mevcut değildir. Yapılması gereken Yalova’nın termal su kalitesini öne çıkararak sağlık turizmi potansiyelini harekete geçirmek olmalıdır. Bunun için yerel ve merkezi yönetimler iş birliği ve koordinatörlüğünde sağlık turizmi öncelikli sektörlerden biri olarak belirlenmeli, şehir ve ülke ekonomisine katkı sunmak adına turizm ve sağlık işletmeleri devletin sağladığı teşvikler ve sağlık turizminin ayrıcalığı ile ilgili bilgilendirmelidir ve bu kapsamda kısa ve orta vadeli plan ve projeler ile ortak bir irade ortaya konmalıdır. Periyodik olarak yapılacak toplantılarla da sürecin takip edilmesi ve böylece sağlık turizminin sürekli gündemde tutulmasının daha verimli sonuçlar doğuracağı değerlendirilmektedir.

SONUÇ

Tüm dünyada tıbbi tedavi ihtiyacının ve sağlık harcamalarının artacağı düşünüldüğünde sağlık turizminin uzun vadede sürekli büyüyen sektörlerin başında olacağını söylemek yanlış olmayacaktır. Çalışmada Yalova, Türkiye’nin genel durumunu yansıtan bir şehir olarak birçok avantajına rağmen sağlık turizmi potansiyelini kullanamaması nedeniyle tercih edilmiştir. Zengin bitki örtüsü, İstanbul ve Bursa gibi kültür turizmi merkezlerine yakınlığı, ülkenin nüfus yoğunluğunun en fazla olduğu sanayi merkezlerine yakınlığı, ödüllü termal su kaynaklarına sahip olması, sağlık turizmi bağlamında Yalova’nın yüksek potansiyelini ortaya koymaktadır. Ancak Yalova’da termal turizm çerçevesinde hizmet veren birçok konaklama işletmesi olmasına rağmen bunların sağlık turizmi kapsamında yürüttükleri profesyonel bir hizmet planlaması söz konusu değildir.

Yapılan değerlendirmelerde şehrin yoğun nüfuslu üç büyük şehrin ortasında olması nedeniyle sağlık turizmine ihtiyaç duyacak bir pazarlama sıkıntısının olmadığı ve sağlık turizmi sektörü için ihtiyaç duyulan yükümlülükler için hevesli olunmadığı anlaşılmaktadır. Sürdürülebilir bir şekilde geliştirilmesi için sağlık turizminin stratejik sektör ilan edilerek öncelikli yatırım alanlarından biri olarak belirlenmesi faydalı olacaktır. Özellikle Yalova gibi şehirlerin sağlık turizminde pilot şehirler olarak belirlenerek devlet destekleri ile ilgili farkındalık oluşturulup bu yönde teşvik edilmesi, merkezi ve yerel yönetimler tarafından tüm tarafların dâhil olacağı, müşterek bir planlama ve koordinasyon ile sektörü güçlendirecek politikalar geliştirilmesinin daha efektif sonuçlar üreteceği değerlendirilmektedir.

Ülke genelinde bir değerlendirme yapılacak olursa, Türkiye'nin de gelişmekte olan bir ülke olarak sağlık turizmi alanında bölgesel ve küresel anlamda öne çıkmasının ülke ekonomisine önemli katkılar sunacağı değerlendirilmektedir. Türkiye için sağlık turizmi aynı zamanda kişi başına düşen turist harcamasını artırma fırsatı verdiğinden genel anlamda turizm gelirlerinin de artışına imkân verecek bir potansiyel taşımaktadır. Yapılması gereken turizm altyapısı ve modern hizmet anlayışını uluslararası tedavi taleplerini karşılayacak şekilde entegre edecek daha kapsamlı ve organize bir bakış açısını geliştirmektir. Şüphesiz bunu yapmak için kamu ve özel iş birliği çerçevesinde tur operatörleri, sağlık kuruluşları, sigorta şirketleri, konaklama firmaları ve dış ülke temsilcilikleri dahil olmak üzere bu sektör ve bürokrasi temsilcilerinin müşterek bir vizyon geliştirmesi zorunlu bir yöntem olarak değerlendirilmelidir. Her iki sektörü de cazip kılacak modern konaklama ve tedavi hizmetlerinin pazarlaması ancak bu şekilde yapılabilecektir.

Türkiye'nin bir diğer önemli avantajı da jeopolitik konumunun da etkisiyle hava ulaşımının gelişmesi ve çeşitliliği bağlamında çok kolay ulaşılabilir bir destinasyon oluşudur. Tanıtım ve reklam faaliyetlerinde Türkiye'nin bu özelliğine de vurgu yapılmalı, ayrıca farklı turizm türleri için çok alternatifli bir turizm destinasyonu olduğuna dikkat çekilmelidir. Bir ülkenin önemli bir turizm destinasyonu olması sağlık turizmini başlı başına destekleyen bir unsurdur ve turizmin sağlık turizmi için, tıbbi imkanların da turizm için birer pazarlama ve reklam imkânı sunduğu unutulmamalıdır. Türkiye de bu avantajını sağlık turizmindeki uluslararası rekabette kullanmalıdır. Zira hastaların önemli bir kısmı için uzun bir iyileşme dönemi söz konusu olduğundan, bu konaklama avantajı turizm endüstrisi ve özellikle otel sektörü için muazzam fırsatlar sunmaktadır (Connell, 2006: 1098). Bu bağlamda sadece seyahat için gelen turistleri tıbbi tedavi veya farklı bir tıbbi müdahale için ikna etmek de sağlık turizminin stratejileri arasında olmalıdır ve bu strateji sektörün gayreti ve pazarlama başarısı ile pekâlâ mümkün olacaktır.

Sağlık turizmi, Solak ve Şeker'in dikkat çektiği gibi (2020: 612) turizmin şemsiyesi altında değerlendirilmesi gereken bir turizm türüdür ve genel turizmden ayrı düşünülmemelidir. Diğer yandan sağlık turizminin

geliştirilmesi için ihtiyaç duyulan en önemli hususlardan biri de doğru, gerekli ve detaylı verilerin bakanlıklar ve meslek kuruluşları bünyesinde tutulmasıdır. Müşterek koordinasyon bir yandan veri toplama ve analiz faaliyetini kolaylaştırırken bir yandan da neler yapılacağıyla ilgili ortak bir aklın devreye girmesine hizmet edecektir. Sağlık turizmi, turizme farklı bir işlev ve kapsam kazandırırken tedaviyi de daha keyifli, erişilebilir ve kaliteli kılmanın fırsatlarını sunmaktadır. Yalova’nın önemli bir turizm destinasyonu olması şehrin geleceğine yönelik ortaya konan hedeflerde sağlık turizmine öncelik veren bir vizyonu gerekli kılmaktadır. Türkiye genelinde olduğu gibi Yalova için de özellikle termal sağlık turizminde öne çıkan yurt içi ve yurt dışındaki şehirlerde kurumsal örnekler incelenip analiz edilerek hangi noktalarda eksikliklerin olduğunun tespit edilmesi ve geliştirilmesi gereken teknik, altyapı, koordinasyon ve planlama yöntemlerinin belirlenmesi, bu doğrultuda programlı bir şekilde tedbirlerin alınarak kısa vadede sonuç alıcı projelerin geliştirilmesi önem arz etmektedir.

Bir diğer husus ise akreditasyon konusudur. Türkiye, sağlık turizminde bir marka değeri olmak için kurumsal akreditasyonu teşvik edici politikalar geliştirmeli ve özellikle medikal turizm anlamında kayıt dışı, düşük kaliteli ve yetkinliği olmayan yerlerde tedavi imkânını ortadan kaldıracı bir denetim mekanizması geliştirmeli, başarısız cerrahi ve estetik operasyonlarla gündeme gelerek olumsuz imaj riskini bertaraf etmelidir. Sağlık turizminde hasta memnuniyetinin reklam açısından en etkin unsur olduğu unutulmamalıdır.

Uslu’nun da dikkat çektiği gibi sağlık turizminin de dünyadaki örneklerde yaşandığı üzere birtakım riskleri bulunmaktadır. Sağlık hizmetlerinde turizm ve hizmet ticaretinin ön planda tutulması fiyatların yerel halkın gelir düzeyinin üzerinde artmasına, yerel sağlık hizmeti kalitesinin düşmesi ve ulaşılabilirliğin azalmasına yol açabilmektedir (Uslu, 2024). Türkiye’nin bu anlamda bu tecrübeyi yaşayan ülkelerin deneyimlerini de göz önünde tutarak sağlık hizmetleri ile sağlık turizmini bir bütün halinde geliştirecek bir strateji izlemesi gerekmektedir. Sağlık turizmi, bir ülkede yerel halkın sağlık hizmet kalitesini düşürmemeli, hizmete ulaşma olanaklarını zorlaştırmamalı, başka bir ifadeyle yerel halkın imkânlarını kısıtlamamalıdır.

Sağlık turizminde neden tümünün değil de bazı gelişmekte olan ülkelerin öne çıktığının analiz edilmesi bu sektörde başarılı olan ülkelerin ortak özelliklerini ortaya çıkararak ileriye dönük sağlıklı planlamalar yapılmasını sağlayacak ve başarıyı sürdürülebilir kılacaktır. Bu anlamda bu ülkelerin temel özelliklerinin düşük üretim maliyetleri (ve dolayısıyla düşük fiyatlarla tıbbi hizmet sunma yeteneği), insan kaynaklarının kalitesi, yerel araştırma ve geliştirme, gelişmiş fiziksel altyapı, gelişmiş politik ve yasal kurumlar ve gelişmiş serbest piyasa ekonomisinin olduğu göze çarpmaktadır. Ayrıca, yüksek teknoloji tıbbın geleneksel şifa yöntemleri ile entegre edilmesi de bir ülkenin cazibesini artırmaktadır. Bu sayılanların sağlık turizminde bir avantaj olabilmesi

için tümünün belli ölçülerde kombinasyonunun gerekli olduğu unutulmamalıdır (Bookman ve Bookman 2007: 95).

Genelde Türkiye'nin özelde ise çalışmanın odaklandığı Yalova'nın durumuna bakıldığında temel eksikliklerden birinin termal turizmini bir sağlık turizmi çeşidi olarak değerlendirmek suretiyle tedavi edici yönünün öne çıkarılması ve uluslararası akreditasyon süreçlerini tamamlayan daha profesyonel kurumlarla hizmet edilmesi gereğinin gözden kaçırılmasıdır. Bunun hayata geçirilmesi için termal turizmi imkânı ve belli ölçüde altyapısı olan Yalova gibi şehirler pilot şehirler olarak belirlenmeli ve öncelikle kamunun önderliğinde kapsamlı ve uluslararası standartlarda çok yönlü hizmet verebilecek işletmeler kurulmalıdır. Özellikle var olan yerel turizmin uluslararasılaşmasına yönelik tedbirlerle Yalova gibi şehirlerin sağlık turizmi alanında uluslararası destinasyonlar haline getirilmesi, Türkiye'nin bu alandaki pazar payının artırılması için temel stratejilerden biri olarak kabul edilmelidir. Yalova, özellikle bir turizm ve tedavi merkezi durumundaki İstanbul'a yakınlığı ve kolay ulaşımı, eşsiz doğası, kaliteli termal suları ile bölgedeki avantajlarını bu yönde kullanabilecek şehirlerin başında gelmektedir. Yapılması gereken, şehrin bu sektöre destek olacak bütün dinamiklerini harekete geçirecek bir vizyonu, takip edilebilir ve ölçülebilir projelerle hayata geçirmektir.

KAYNAKÇA

- Aktepe, C. (2013). Sağlık Turizminde Yeni Fırsatlar ve Türkiye’de Yerleşik Sağlık İşletmelerinin Pazarlama Çabaları. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 170–188.
- Alp, G. (2021), “Medikal Turistler Tarafından En Çok Tercih Edilen Medikal Turizm Destinasyonları ve Karşılaştırmaları”, *Journal of Travel and Tourism Research*, 19: 47-79.
- Aslan, Z., Çalışkan, N. (2016), “Termal Turizm İşletmelerinde Sunulan Sağlık ve Tedavi Hizmetleri, *International Congress of Management Economy and Policy, ICOMEP 2016*, 26-27 October, İstanbul, Proceedings Book: 831-843.
- Ateş, A., Sunar, H. (2024), “Comparison of Türkiye’s Medical Tourism Market with Existing and Potential Competitor Countries, *Toplum, Ekonomi ve Yönetim Dergisi*, 5(2): 342-368.
- Avşar, M. (2024), “An Evaluation on the Development and Importance of Health Tourism in Türkiye”, *Journal of Gastronomy Hospitality and Travel (JOGHAT)*, 7(3): 707-715.
- Aydın, G., Karam Mehmet Aydın, B. (2015), Dünyada ve Türkiye’de Sağlık Turizmi Pazarlama Uygulamaları ve Karşılaştırmalı Durum Analizi, *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 8(16): 1-22.
- Bookman, M. Z., Bookman, K. R. (2007), *Medical Tourism in Developing Countries*, New York: Palgrave Macmillan.
- Bruno, J. (2023),” How to Attract More Patients, Increase Profit, and Build an Irresistible Medical Tourism Brand”, Khan, M., DeMicco, F., Poorani, A. (Ed.), *Medical Travel Brand Management: Success Strategies for Hospitality Bridging Healthcare*, Canada, Apple Academic Press: 215-221.
- Cohen, E. (2008), “Medical Tourism in Thailand”, *AU-GSB e-journal*, 1(1): 24-37.
- Connell, J. (2006), “Medical Tourism: Sea, Sun, Sand and ... Surgery”, *Tourism Management*, 27: 1093: 1100.
- Çelik, H. (2014), “Sağlık Bakanlığı’nın Sağlık Turizmi Politikaları”, *Sağlık Düşüncesi Dergisi*, 29: 64-67. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglelefndmkaj/https://www.medipol.edu.tr/sites/default/files/document/SD_29_64-67.sayfalar_Huseyin_Celik.pdf
- Dağ, M., (24.02.2025), “Türkiye Sağlık Turizminden 2025 Yılında 12 Milyar Dolar Gelir Hedefliyor”, *Anadolu Ajansı*, <https://www.aa.com.tr/tr/saglik/turkiye-saglik-turizminden-2025te-12-milyar-dolar-gelir-hedefliyor/3491336#:~:text=K%C3%BCresel%20sa%C4%9Fl%C4%B1k%20turizmi%20-gelirlerinin%20100,127%20milyar%20Dolara%20ula%C5%9Fmas%C4%B1%20%C3%B6ng%C3%B6r%C3%BCl%C3%BC>
- Demico F.; Cetron, M & Davies, O. (2023), “Medical Tourism and Well-Being: Trends and Strategies”, Khan, M., DeMicco, F., Poorani, A. (Ed.), *Medical Travel Brand Management: Success Strategies for Hospitality Bridging Healthcare*, Canada, Apple Academic Press: 3-27.
- Eriş, H., Barut, S. (2020), “Sağlık Turizmi”, Eriş, H. (Ed.), *Sağlık Turizmi*, Ankara: İKSAD: 45-62.
- Gonzales, A., Brenzel, L. ve Sancho, J. (2001), Health Tourism and Related Services: Caribbean Development and International Trade, *Final Report*, <http://www.caribexport.com/login/wp-content/uploads/2009/08/Health%20Tourism.pdf>.
- Güler, Ç., Çobanoğlu, Z. (1994), “Turist Sağlığı”, Ankara: Sağlık Bakanlığı Yayınları.

- Gülmez, M. (2013), “Sağlık Turizminde Öncü Ülkeler, Turizm Politikaları ve Pazarlama Stratejileri”, Tengilimoğlu, D. (Ed.), *Sağlık Turizmi*, Ankara: Siyasal Kitabevi: 145-170.
- Hafizan A.H., Mardiana O., Syafiq S.S., Jacinta M.R., Sahar B., Rosliza A.M., Muhamad H. J. (2018), Analysis of Medical Tourism Policy: A Case Study of Thailand, Turkey and India, *International Journal of Public Health and Clinical Sciences*, 5(3): 17-31.
- Joint Commission International Web Sitesi, <https://www.jointcommissioninternational.org/who-we-are/accredited-organizations/#sort=%40aoname%20ascending>
- Omay, E. G. G., Cengiz, E. (2013), “Health Tourism in Turkey: Opportunities and Threats”, *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 4 (10): 424-431.
- Reisman, D. (2010), Health Tourism, Social Welfare through International Trade. Cheltenham, Glos, UK: Edward Elgar.
- Sağlık, E., Hastaoğlu, F. (2022), “Kocaeli İlinin Sağlık Turizm Potansiyelinin Belirlenmesi”, *Şura Akademi*: 105-113.
- Sağlık Bakanlığı 2019-2023 Stratejik Planı. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgleclfindmkaj/https://dosyamerkez.saglik.gov.tr/Eklenti/35748/0/tc-saglik-bakanligi-2019-2023-stratejik-plan-guncellenmis-versiyonupdf.pdf?_tag1=51DF1549087EE46B936F1419E77B92147160F491
- Sağlık Bakanlığı 2024-2028 Stratejik Planı. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgleclfindmkaj/https://dosyamerkez.saglik.gov.tr/Eklenti/47452/0/saglik-bakanligi-stratejik-plan-2024-2028pdf.pdf?_tag1=7B2A9834832BF7DCF36F2C7E5607D8543752A372
- Sağlık Bakanlığı Web Sitesi, Yetkilendirilmiş Sağlık Tesisleri ve Aracı Kuruluşları Listeleri, <https://shgmturizmdb.saglik.gov.tr/TR-108468/yetki-belgesi-listeleri-guncellenmistir.html>
- Solak, M., Şeker, M. (2020), “The Collapse in Tourism during the Pandemic: Expectations and Opportunities for the Health Tourism”, *Reflections on the Pandemic in the Future of the World*, Türkiye Bilimler Akademisi (TÜBA): 597-622.
- Şengül, H., Bulut A. (2019), Sağlık Turizmi Çerçevesinde Türkiye’de Termal Turizm; Bir Swot Analizi Çalışması, *ESTÜDAM Halk Sağlığı Dergisi*, 4(1): 55-70.
- Tengilimoğlu, D., Kahraman, Ö. (2013), “Dünyada ve Türkiye’de Medikal Turizm”, Tengilimoğlu, D. (Ed.), *Sağlık Turizmi*, Ankara: Siyasal Kitabevi: 99-122.
- Ticaret Bakanlığı Web Sitesi, “Döviz Kazandırıcı Hizmet Sektörlerinin Pazara Girişte Dijital Faaliyetlerinin Desteklenmesi Hakkında Karar”, Ticaret Bakanlığı Web Sayfası, <https://ticaret.gov.tr/data/5efd8bf113b876a83c6f2c0e/Resmi%20Gazete.pdf>.
- Ticaret Bakanlığı Web Sitesi, “5448 Sayılı Hizmet İhracatının Tanımlanması, Sınıflandırılması ve Desteklenmesi Hakkında Karar”, <https://ticaret.gov.tr/data/628b4a5613b8765c147076dc/5448%20say%C4%B1%C4%B1%20Hizmet%20%C4%B0hracat%C4%B1n%C4%B1n%20Tan%C4%B1mlanmas%C4%B1,%20S%C4%B1n%C4%B1fland%C4%B1r%C4%B1lmas%C4%B1%20ve%20Desteklenmesi%20Hakk%C4%B1nda%20Karar.pdf>
- Ticaret Bakanlığı Web Sitesi, “2025 Yılı Sağlık Turizmi Güncel Destek oranları ve Üst Sınırları Çizelgesi, <https://ticaret.gov.tr/data/629dab6813b876408c889af6/2025%20%C3%96ZET%20TABLO.pdf>

- Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı (TGA) Web Sitesi, “T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Belgeli Konaklama Tesisleri”, <https://tga.gov.tr/kultur-ve-turizm-bakanligi-belgeli-konaklama-tesisleri>
- Türkiye Sağlık Enstitüleri Başkanlığı (TÜSEB). (2025) Web Sayfası, TÜSKA hakkında bkz., [https://tuska.tuseb.gov.tr/kurumsal/hakkimizda#:~:text=Sa%C4%9Fl%C4%B1k%20bilimi%20ve%20teknolojisi%20alan%C4%B1nda,Hizmetleri%20Kalite%20ve%20Akreditasyon%20Enstit%C3%BCs%C3%BC%20;](https://tuska.tuseb.gov.tr/kurumsal/hakkimizda#:~:text=Sa%C4%9Fl%C4%B1k%20bilimi%20ve%20teknolojisi%20alan%C4%B1nda,Hizmetleri%20Kalite%20ve%20Akreditasyon%20Enstit%C3%BCs%C3%BC%20;https://www.ushas.com.tr/saglik-turizmi-verileri/)
- USHAŞ Web Sayfası, <https://www.ushas.com.tr/saglik-turizmi-verileri/>.
- Uslu, Y. D. (2024, 13 Mart), “Türkiye’de Sağlık Turizmi: Dikensiz Gül Bahçesi mi? Nasıl Olur?”, [https://fikirturu.com/toplum/turkiyede-saglik-turizmi-dikensiz-gul-bahcesi/#:~:text=Sa%C4%9Fl%C4%B1k%20turizmi%20dikensiz%20g%C3%BCl%20bah%C3%A7esi%20de%C4%9Fil&text=Ancak%20medikal%20turizmin%20%C3%B6n%20planda,artmas%C4%B1%20da%20bir%20di%C4%9Fer%20risk.](https://fikirturu.com/toplum/turkiyede-saglik-turizmi-dikensiz-gul-bahcesi/#:~:text=Sa%C4%9Fl%C4%B1k%20turizmi%20dikensiz%20g%C3%BCl%20bah%C3%A7esi%20de%C4%9Fil&text=Ancak%20medikal%20turizmin%20%C3%B6n%20planda,artmas%C4%B1%20da%20bir%20di%C4%9Fer%20risk.https://fikirturu.com/toplum/turkiyede-saglik-turizmi-dikensiz-gul-bahcesi/#:~:text=Sa%C4%9Fl%C4%B1k%20turizmi%20dikensiz%20g%C3%BCl%20bah%C3%A7esi%20de%C4%9Fil&text=Ancak%20medikal%20turizmin%20%C3%B6n%20planda,artmas%C4%B1%20da%20bir%20di%C4%9Fer%20risk.)
- Üstün, U., Demir Uslu, Y. (2022), “Türkiye’nin Sağlık Turizminde Tercih Edilme Nedenleri Üzerine Bir Çalışma: Medikal Turizm Endeksi”, *Avrupa Bilim Ve Teknoloji Dergisi*, 33: 344-353.
- Yalçın, P. (2006), “Türkiye’de Sağlık Turizminde Alt Yapı Oluşturulma Gereği ve Sağlık Kurumlarına Yönelik Bir Araştırma”, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Zhong, L., Sun, S., Law, R., Qi, X. (2024), “Tourists’ Perception of Health Tourism Before and After COVID-19”, *International Journal of Tourism Research*, 26(1): 1-15.
10. Kalkınma Planı (2014-2018), Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2022/08/Onuncu_Kalkinma_Plani-2014-2018.pdf
11. Kalkınma Planı (2019-2023), Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2022/07/On_Birinci_Kalkinma_Plani-2019-2023.pdf
12. Kalkınma Planı (2024-2028), Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2023/12/On-Ikinci-Kalkinma-Plani_2024-2028_11122023.pdf