

# Sağlık turizmi ve devlet teşvikleri

## Health tourism and state support and incentives

Dilaver Tengilimoğlu<sup>1</sup> 

<sup>1</sup> Prof. Dr., Atılım Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, İstanbul, TÜRKİYE, e-mail: [dilaver.tengilimoğlu@atilim.edu.tr](mailto:dilaver.tengilimoğlu@atilim.edu.tr)

### Öz

Son yıllarda hizmet ihracatında artış yaşanan hizmet sektörlerinden birisi de sağlık turizmi olmuştur. Sağlık turisti sayısı ve turizm geliri artışında kuşkusuz küreselleşmenin, iletişim teknolojilerinin ve ulaşım imkanlarının gelişmesi, gelişmiş ülkelerde bekleme sürelerinin uzaması ve sağlık hizmetinde artan maliyet baskıları en önemli etken olmuştur. Ülkemizde turizm politikalarının önemli konularından birisi haline gelen sağlık turizmi, ekonomik anlamda ülke gelirine artı değer katmakta ve var olan mevcut imkanların da kullanımına sebep olarak sadece “sağlık” olarak değil diğer turizm aktivitelerini de içinde barındıran fırsatlar sunmaktadır. Katma değeri oldukça yüksek olan bu sektörün gelişiminde son yıllarda izlenen olumlu ulusal politikalar, verilen devlet destekleri ve teşvikler önemli rol oynamıştır. Nitekim 2003 yılında sağlık turizmi amacıyla ülkemizi ziyaret eden kişi sayısı 139.971 kişiden 2019 yılında 662.087’e, gelir ise 203 milyon dolardan bir milyar doların üzerine çıkmıştır. Hükümet tarafından verilen teşvik türlerinde ve teşvik oranlarında önemli artışlar görülmüştür. Bu çalışmada sağlık turizmi ve gelişimi, sağlık turizminde devlet desteği ve teşvikler konuları kavramsal olarak ele alınmıştır.

**Anahrar kelimeler:** Turizm, Sağlık Turizmi, Medikal Turizm, Teşvikler, Devlet Destekeleri

**JEL kodları:** H51, Z30, I1

### Abstract

Health tourism is the one of the sectors that has experienced an increase in service exports in recent years. As expected, globalization, development in communication technologies, development in transportation facilities and prolongation of waiting times in health services, increased cost pressures have been the most important factors in the increase in the number of health tourists and income. Health tourism, which has become one of the important issues of the country’s tourism policies, adds value to the income of the country economically and provides opportunities that include not only “health” but also other tourism activities, as a reason for the use of existing opportunities. For this high value added sector, national policies, government support and incentives play an important role in development of this sector. The number of health tourist visited our country in 2003 increased from 139.971 to 662.087 in 2019, and income increased from 203 million dollars to over one billion dollars. There has been a significant increase in the type and rate of incentives given by government. In this paper, state support and incentives in health tourism are discussed conceptually.

**Keywords:** Tourism, Health Tourism, Medical Tourism, State Supports, Incentives.

**JEL codes:** H51, Z30, I1

**Citation/Atıf:** TENGİLİMOĞLU, D. (2021). Sağlık Turizmi ve Devlet Teşvikleri. Journal of Life Economics. 8(1), 1-10, DOI: 10.15637/jlecon.8.1.01

## 1. GİRİŞ

Dünya genelinde son yıllarda görülen hızlı turizm artışı (2019 yılı Dünya Turizm örgütü verilerine göre 1.4 milyar insan turizm hareketine katılmıştır) içerisinde en fazla büyüme oranı sağlık turizminde yaşanmaktadır. Giderek daha fazla insanın tıbbi tedaviler için ülkeler arası seyahat etmelerinden dolayı sağlık turizminin önemi artmaya devam etmektedir. Sağlık turizmi birçok ülkenin son yıllarda büyük yatırımlar yaptığı ve hükümet sistemlerinde önemli bir politik argüman olarak yer aldığı bir sektör haline gelmiştir. Sağlık turizmi, kıtaların, ülkelerin, bölgelerin, varış noktalarının ve binlerce hizmet sunucusunun birbirleriyle rekabet ettiği çok büyük bir uluslararası ticaret endüstrisidir (Zsarnoczky, 2018). Küreselleşme ile birlikte teknolojik, ekonomik, demografik ve kişilerin yaşam tarzı ile ilgili faktörler sağlık turizm çeşidinin gelişmesini etkilemektedir. Ayrıca sağlık turistlerinin yaşadıkları ülkelerin sağlık sistemlerin görülen uzun bekleme süreleri, artan sağlık maliyetleri ve sigorta kuruluşlarının sigorta kapsamlarını darlatması, ve sağlık hizmetlerine erişimde yaşanan sorunlar sağlık turizmi hareketliliğinde önemli bir itici güç oluşturmaktadır (Garcia-Altes, 2004). Kaliteli, ulaşılabilir, erişilebilir ve uygun fiyatlı sağlık hizmeti arayan hasta seyahatlerinden oluşan sağlık turizmi faaliyetlerinde, dünya genelinde her yıl toplam 608 ile 635 milyar dolar arasında harcama yapıldığı tahmin edilmektedir (Ridderstaat ve Singh 2020: 38). Sağlık turizmi sağlık ve turizm alanlarının birlikte yürüttüğü katma değeri oldukça yüksek sektörlerden biridir. Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler bu sektörün gelişime önemli yatırımlar yapmakta olup, ulusal ve stratejik düzeyde politikalarla bu alana teşvikler sunmakta ve desteklemektedirler. Bu çalışmada öncelikle sağlık turizmi ve türleri, sağlık turizminde öncü olan ülkeler ve odaklandığı hizmet türleri ile ülkemizde sağlık turizmine yönelik sağlanan destekler ve teşvikler açıklanmaya çalışılmıştır.

## 2. SAĞLIK TURİZMİ VE TÜRLERİ

Sağlık turizmi tıbbi ve sağlıklı yaşam temelli faaliyetler yoluyla temel motivasyonu olan fiziksel, zihinsel ve / veya spiritüel sağlığa katkı sağlayan turizm türüdür. Sağlık turizmi terimi ilk olarak 1973 yılında, bir ülkenin doğal suyu, iklimi ve çevreyi kullanan sağlık tesisini ziyaret eden tur anlamında kullanılmıştır. Carrera ve Bridges (2006) ise bireylerin bedenlerini

ve zihinlerini daha iyi hissetmek, geliştirmek ve yenilemek amacıyla buldukları ortamdaki yurt dışına seyahat etmeleri olarak tanımlamaktadırlar. Sağlık turizmi ile ilgili literatürde tek ortak bir tanım olmamakla birlikte kapsamı oldukça geniştir. Helmy (2011) sağlık turizminin sağlık hizmetleri, cerrahi, plastik cerrahi, spa, kür tedavisi, rehabilitasyon, alternatif terapiler, dinlenme (leisure) ile iyileşmeyi de içine alan geniş bir kavram olduğunu belirtmiştir (Lee and Kim, 2015). Temizkan (2015:17)'e göre sağlık turizmi; sağlıklı olmak, stres atmak, her türlü tedavi, girişim ve iyileştirme, sağlığı korumak, tedavi etmek, yeniden kazanmak ve geliştirmek, amacıyla yapılan seyahatlerin ve konaklamaları ifade etmektedir. Bir başka söylemle, insanların sağlıklarını korumak, sağlıklarına kavuşmak ya da sağlıklarını geliştirmek amacıyla, ikamet bölgelerinden ayrılarak yirmi dört saati aşan ziyaretlerle seyahat, konaklama ve sağlık hizmetlerinden yararlanmalarıdır.

İnsanlar eski zamanlardan beri kendi sağlıkları için yurtdışına seyahat etmişlerdir. 19. yüzyılda Avrupa'da sağlık-arterici niteliklere sahip olduğu inanılan suların içmek ve temizlenmek için insanların spa kentlerine seyahat etmesi gibi bir gelenek söz konusuydu. 20. yüzyıla gelindiğinde varlıklı insanlar daha iyi imkânlarla erişmek ve daha iyi eğitim almış hekimlere ulaşmak için gelişmiş ülkelere seyahat ederlerdi. Sağlık turizmi ile ilgili halen devam etmekte olan değişimler ve tedavi olmak isteyen insanların başka kıtalara ve ülkelere ziyaretler gerçekleştirmesi, sağlık konusuyla ilgili "uluslararası pazar" kavramının oluşmasına katkı sağlamıştır (OECD 2011: 6).

Sağlık turizmi, hedef pazardaki turistlerin ihtiyaçları ve beklentileri, tedavi şekilleri ve kullanılan kaynakların farklılığına göre dört grupta toplanabilir (Güzel ve Şahin, 2017:53)

- Medikal Turizm
- İleri Yaş ve Engelli Turizmi (Yaşlı Bakımı ve Engelli Bakımı Turizmi)
- Spa ve Wellness Turizmi
- Termal Turizm

### 2.1. Medikal Turizm

Medikal turizm, 2000'lerin başında gelişen yeni bir kavramdır. Başka bir ülkeye tıbbi tedavi için seyahat

eden, genellikle tatille beraber veya tatil boyunca bu tedaviyi alma fırsatını kullanan kişiler olarak tanımlanır. Medikal turizm kişilerin tıbbi tanı ve tedavi veya terapi amaçlı ikamet ettiği yer dışında başka bir yere gitmesi ve aynı zamanda gittiği bu yerin de turistik yerlerinden ve olanaklarından yararlanmasıdır. Medikal turizm, turizm ve tıp gibi iki önemli sektörü birleştiren önemli bir ekonomik faaliyettir (Ile and Tıgu, 2017). Medikal turizm; hastaların transplantasyon, fertilitate, kozmetik, dental ve elektif cerrahi de dahil olmak üzere sağlık hizmeti almak amacıyla sınırlar boyunca ya da yurt dışına seyahat ettikleri bir hasta hareketliliği biçimidir (Lunt et al., 2016). Medikal turizm kavramı hastaların özel olarak satın alınmış ve düzenlenmiş tıbbi yardım almak için planlı hareketlerini tanımlamaktadır. Bu doğrultuda da sağlık turistlerinin amaçları aşağıdaki gibi sıralanabilir (WHO, 2013):

- Sağlık hizmetlerinin sunumunda ileri teknolojiden yararlanmak,
- Daha kaliteli sağlık hizmeti almak,
- Uzun bekleme sıralarını aşarak sağlık hizmetlerine daha hızlı erişim,
- Gerekli tıbbi prosedürlere daha düşük maliyetlerle ulaşmak
- Kendi ülkelerinde yasal ve mevcut olmayan tıbbi prosedürlere erişim

Hızlı gelişimiyle önemli bir endüstri haline gelen medikal turizm, insanların tatil yapmak için gittikleri ülkelerde aynı zamanda tıbbi tedavi almak istemeleri sonucunda ortaya çıkmıştır. Gelişmiş ülkelerdeki yüksek tedavi ücretleri, tedavi bekleme sürelerinin uzunluğu, uluslararası seyahatlerin daha kolay yapılabilmesi, döviz kurlarındaki uygun takas imkânlarının olması ve ikinci dünya savaşı sonrasında artan nüfusun yaşının ilerlemesi (baby boomers) medikal turizmin son yıllarda önemli derecede büyümesine katkıda bulunmuştur (Connell 2005: 1094).

Gelişmiş ülkelerde sağlık hizmetlerinin maliyetlerinin çok yüksek olması ve gelişmekte olan ülkelerin sağlık hizmetlerindeki artan başarılarıyla bu ülkelere olan talebin arttığı görülmektedir. Medikal turizmde öne çıkan ülkeler; Hindistan, Tayland, Singapur, Malezya, Brezilya, Meksika, Kosta-Rika, Türkiye, Almanya,

ABD'dir (Gülmez, 2017: 161-162, Gautam ve Bhatta, 2020).

Başlıca medikal turizm uygulamaları; kozmetik cerrahi, ortopedik cerrahi, kalp ameliyatı ve dental uygulamalardır. Hasta ve ailelerinin kararlarında destinasyondaki hizmetin fiyatı, kalitesi ve erişilebilir olması önemli rol oynamaktadır. Bu nedenle başarılı sürdürülebilir bir sağlık turizmi ülkenin sağlık sistemi yapısı, mevzuatı, hasta güvenliği prosedürleri, eğitim standartları, sigorta çerçevesi seyahat ve vize kısıtlamaları, hasta deneyimi ve tedavi çıktıları gibi birçok konuya bağlıdır (Lee and Kim, 2015).

Medikal turizmde Hindistan, kardiyoloji ortopedi, organ nakillerinde, Singapur, kardiyoloji ve estetik cerrahi, Malezya obezite cerrahisinde, Güney Kore onkolojik cerrahide, Tayland cinsiyet değişiminde ön plana çıkarken, Türkiye'nin daha ziyade saç ekimi, estetik cerrahi, göz, diş, ortopedi, onkoloji, tüp bebek gibi alanlarda ön plana çıktığı görülmektedir (Şekil 1). Türkiye 'nin Sağlık Turizmi potansiyelindeki avantaj sayılacak özelliklerini aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür;

- Hastanelerin alt-yapılarının ve donanımlarının yüksek kalitesi,
- Hekimlerin ve hizmet sunucularının eğitim ve deneyim düzeyinin batı ülkeleri standartlarında olması,
- Fiyat avantajları,
- Özellikle bulunduğu coğrafi konum ve geleneksel turizm çekicilikleri (dogal ve tarihi) ve uzun süre seyahat engeli yaratmayan iklim koşulları,
- Ulaşım kolaylığı, 4 saatlik uçuş mesafesinde 1,5 milyar nüfusa ulaşılabilmesi ve THY 'nun yaygın uçuş ağı (120'den fazla ülkeye, 299 şehir ve 302 havalimanına uçuş imkanı),
- Yüksek standartlara ulaşan turizm tesisleri,
- Akredite olmuş çok sayıda sağlık kuruluşunun bulunması,
- Devlet teşvikleri ve hükümetin desteği,
- Medikal ve sağlık turizminin diğer turizm türleri ile bütünleşebilmesi ve ortak tur programlarının yapılabilme olanakları.

Şekil 1. Dünya 'da Sağlık Turizminde Öncü Olan Ülkeler



Kaynak: Medical Tourism Market Forecasts | 2019-2025 Global Statistics Report – Industry

Türkiye’de sağlık turizmi amacıyla gelen yabancı ziyaretçi sayısı her yıl giderek artmakta olup bu sayı 2003 yılında 139.971 iken 2019 yılında 662.087’e çıkmıştır (Tablo 1). Yaşanan bu artışa bağlı olarak elde edilen gelirden de dolar bazında istikrarlı bir artış olduğu görülmektedir. Türkiye’ye gelen her hasta başına gelir 2 bin dolardan başlamakta ve sağlık turizminde bu rakam 12 bin dolara kadar yükselebilmektedir. Türkiye, 2023 yılı için 2 milyon uluslararası hasta ve 20 milyar dolar sağlık turizmi gelirini hedeflemektedir (TURSAB, 2014). Bu hedefe ulaşabilmek için, hükümetin de desteğiyle bazı teşvikler gerçekleştirilmektedir. Ancak covid 19 salgını tüm dünya ülkelerini etkilediği gibi Türkiye’yi de olumsuz yönde etkilemiştir, bu nedenle bu hedeflere ulaşımı zorlaştırmıştır. Dolayısıyla hedeflerin revize edilmesi gerekmektedir.

Tablo 1. 2003-2019 Yılları Arasında Sağlık ve Tıbbi Nedenlerle Gelen Ziyaretçiler ve Harcama Miktarları (TÜİK, 2020).

Yıllar	Ziyaretçi sayısı	Sağlık harcaması (Dolar)
2003	139.971	203.703
2004	171.994	283.789
2005	220.338	343.181 *
2006	193.728	382.412
2007	198.554	441.677
2008	224.654	486.342
2009	201.222	447.296
2010	163.252	433.398
2011	187.363	488.398
2012	216.229	627.862
2013	267.461	772.901
2014	414.658	837.796
2015	360.180	638.622
2016	377.384	715.438
2017	433.292	827.331
2018	551.748	863.307
2019	662.087	1.065.105

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), 2020

## 2.2. Termal Turizm

Termalizm, insan sağlığını tedavi ettiği belirlenen sıcak su kaynaklarının değişiklik yapılmadan çeşitli kürlerle kullanılmasıdır. Termalizm sadece hastalara değil, sağlıklı kişilere de hitap eden zinde olmak, güzelleşmek ve rahatlamak amaçlarıyla da kullanılmaktadır. Bu amaçla kişilerin sürekli ikamet ettikleri bölgelerin dışına yaptıkları seyahatler ve burada yapılan konaklamalar termal turizmi oluşturmaktadır (Türksoy, Türksoy 2010: 702). Termal turizm raporla tedavi alması gereken hastaların bir ülkeden diğerine gitmesi ve dinlenmek, rahatlamak ve daha iyi hissetmek amacıyla otel hizmetleriyle birlikte kaplıcalardan da yararlanma istekleri şeklinde tanımlanmaktadır (Taktak ve Demir 2010: 22). Termal turizm veya bir başka ifadeyle kaplıca turizmi, termomineral sularla yapılan banyolar, bu suların içilmesi ve solunması yoluyla yapılan tedaviler olarak ifade edilebilir. Ayrıca çamur banyosu, iklim kürleri, fizik tedavi ve rehabilitasyon uygulamaları, mekanoterapi uygulamaları, psikoterapi ve diyet vb. destekleyici tedavilerin (kür) uygulanması sonucunda yapılan tedavilerdir. Bu uygulamalar "Termal kür merkezi" ya da "kaplıca tedavi merkezi" olarak isimlendirilen tesislerde yapılmaktadır (Akdoğan, Erdoğan 2008: 84).

Termal turizm gelirleri açısından Almanya başta olmak üzere Avrupa bölgesi, Avusturalya ve Asya ön plandadır. Türkiye termal turizm potansiyeli açısından Avrupa'da birinci, dünyada ise ilk yedi ülke arasında yer almaktadır. Türkiye'nin termal turizm potansiyelinden istenilen düzeyde yararlanamamasının nedenleri arasında yetersiz tanıtım ve pazarlama, tesislerin alt yapı eksiklikleri, nitelikli ve yabancı dil bilen personel azlığı ve jeotermal merkez ruhsatlandırmalarının devlet tekelinde olması gibi nedenler sayılabilir (Şengül ve Bulut, 2019).

## 2.3. Wellness Turizm

Wellness kelimesi orjin olarak WELLbeing ve fitNESS kelimelerinin birlikteliğinden gelmektedir. Wellness turistleri de sağlıklarını ve iyilik hallerini geliştirmek için tatile giden kişiler olarak tanımlanmaktadır. Wellness turizmi, temel amacı sağlıklarını korumak ya da teşvik etmek olan "sağlıklı" insanlar tarafından gerçekleştirilir, medikal turizm de ise bu durum tam tersidir medikal turistler belirli bir tıbbi durum ya da rahatsızlıkları için tedavi aramaktadırlar (Romanova et.al. 2015).

Global Wellness, Institute, wellness (iyi hissetme/ güzel olma) turizmi kişinin iyilik halini korumak ve sürdürmek için yaptığı seyahatler olarak tanımlanmaktadır. Bu bağlamda da wellness kapsamında; bireylerin bedensel, zihinsel ve ruhsal olarak kendilerini iyi hissetmelerini sağlayan her türlü masaj, cilt bakımı, çamur ve yosun banyoları, küvet bakımları, thalasso terapi gibi doğa ve doğal ürünlerle sağlıklı yaşam yöntemleri ile yapılan vücut bakımları yer almaktadır (Özsarı ve Karatana, 2013).

2017 yılında 639,4 milyar dolar olarak tahmin edilen wellness turizmi hızla büyüyen bir turizm segmentidir. 2015-2017 yılları arasında yıllık % 6,5 oranında büyüdüğü hesaba katıldığında genel turizm endüstrisinin büyüme oranından iki katından fazla olduğu söylenebilir. Gezinler, 2017'de 830 milyon olan ve 2015'te 139 milyondan fazla olan wellness turizm hareketliliği yapmışlardır. Avrupa, bölgeler arasında en fazla sayıda wellness gezisi için hedef olmaya devam ederken, Kuzey Amerika wellness turizmi harcamalarına öncülük etmektedir (Global Wellness Tourism Economy Report, 2018).

## 2.4. İleri Yaş ve Engelli Turizmi

Dünya'da sayıca önemli bir popülasyona sahip olan yaşlı ve engelli nüfusun gerek kronik gerekse engellerine eşlik eden kalıtsal vb. diğer hastalıklara sahip olması, bu hastaların tedavi ve bakım maliyetlerini yükseltmektedir. Yüksek maliyetler, uzun bekleme sıraları gibi çeşitli nedenlerden dolayı da bu gruptaki bireyler kendi ülkelerinden daha ucuz ve kaliteli sağlık hizmeti sunan aynı zamanda yaşam kalitelerini arttıran, fiziksel ve zihinsel dinlenmelerini sağlayan ve güvenli bir şekilde turistik ve sosyal faaliyetlere katılabilmelerine olanak sunan sağlık turizminin bir segmenti olan ileri yaş ve engelli turizmi hareketliliğine dahil olmaktadır (Tengilimoğlu ve Tosun, 2020). 2019 yılında dünyada 65 yaş ve üstü 703 milyon kişi bulunmakta olup bu sayının 2050'de iki katına çıkarak 1,5 milyar olması öngörülmektedir. Küresel olarak, 65 yaş ve üstü nüfusun payı 1990'da yüzde 6'dan 2019'da yüzde 9'a yükselmiştir. Bu oranın ise 2050'de yüzde 16'ya çıkacağı tahmin edilmektedir (Birleşmiş Milletler, 2019) Diğer dezavantajlı gruplardan biri olan engelliler için rakamlar incelendiğinde ise Dünya Bankası (2019) bir milyar insan ya da dünya nüfusunun % 15'inin çeşitli nedenlerden dolayı engellilik yaşadığını ve bu durumun gelişmekte olan ülkelerde daha yaygın olduğunu belirtmektedir.

Dünya genelinde sağlık turizmi türleri incelendiğinde “geriatri turizmi” veya “üçüncü yaş turizmi” olarak da adlandırılan yaşlı turizminin, sağlık turizmi açısından yeni bir ifade olduğu görülmektedir. İleri yaş turizmi, yaşlı bireylerin yaşam biçimlerine uyan ve ihtiyaçlarına yanıt veren etkin, insanı geliştiren ve yaşamı renklendiren bir turizm türüdür. Engelli bireylerin ise toplumsal faaliyetlerde bulunabilmelerinin bir diğer yolu da turizm faaliyetlerini yerine getirmesiyle mümkün olmaktadır. Turistik aktivitelere aileleriyle veya refakatçileriyle katılan engelli bireyler, ülkelerde turizm pazarlarında önemli bir yerde bulunmaktadır. Rekreasyon faaliyetlerini yerine getirme, klinik oteller, tatil köyleri ve bakım evleri, düzenlenen gezi turları ve meşguliyet terapileri bu duruma örnek gösterilebilir. (Bektaş, Şimşek 2016: 179-180; Kenzhebaveva, Boylu 2018: 9). Yaşlı ve engelli bireylerin turizm ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde hizmet verilmesi, Türkiye’nin de içinde bulunduğu özellikle genç ve dinamik nüfusa sahip ülkeler için yeni bir destinasyon fırsatı sağlayacaktır (Tengilimoğlu ve Tosun, 2020).

### 3. SAĞLIK TURİZMİNDE DEVLET DESTEĞİ VE TEŞVİKLER

Teşvik, genel anlamda, devletin işletmelere sağlamış olduğu kolaylıklardır. Ekonomi literatüründe ise, belirlenmiş olan ekonomik faaliyetlerin diğer faaliyetlere göre oran olarak daha fazla ve hızlıca gelişiminin sağlanması amacıyla devlet tarafından çeşitli yöntemler uygulanarak karşılıklı veya karşılıksız, maddi veya gayri maddi destek sağlamaktır. Teşvik kavramı yerine, uluslararası anlaşmalarda sübvansiyon, devlet yardımları gibi kavramlar kullanılabilir (Topal, 2006). Devlet destekleri, ülke ekonomisinde oluşan darboğaz veya kriz dönemlerinde firmaların darboğazdan kurtulmasını sağlamak ya da ekonominin daha da güçlenmesi için firmalara yardımda bulunduğu sistemdir. Türkiye’nin döviz kazanması için hizmet sektörlerindeki uluslararası rekabette güç kazanmak, gelirlerin artması, dış pazara açılma ve markalaşma amacıyla, Türkiye’deki kuruluşların bazı faaliyetlerinin giderlerinin devlet tarafından karşılanması söz konusudur (Aktepe ve Açık, 2020).

Ülkeler de sağlık turizmi konusunda küresel rekabette yerlerini ayırabilmek adına sağlık hizmeti sunucularına

destekler sağlamaktadır. Türkiye de sağlık turizmi alanında gelişimine devam etmek, ülke içerisine giren döviz arttırmak, turizmde öncü ülkelerden olabilmek ve bölgesel kalkınmayı desteklemek için çeşitli mevzuat ve destek adımları atmıştır. Ticaret Bakanlığı tarafından, sağlık turizmi sektörünü geliştirmek ve uluslararası pazarda rekabet gücünü arttırmak için şirket faaliyet giderlerinin bir kısmı hibe destek kabul edilmektedir (Aktepe ve Açık, 2020).

Tayland, Hindistan, Malezya, Singapur ve Türkiye gibi bir çok ülke sağlık turizmi sektörünün gelişimini teşvik etmek amacıyla finansal destek programları uygulamaktadır. Ülkelerin sağlık turizmi sektöründeki kurumlara verdikleri destekler öncelikli olarak tanıtım ve pazarlama faaliyetlerine yönelik olmaktadır (Lunt vd., 2014).

Türkiye’de sağlık turizmi ile ilgili destek ve teşvikler için 2015/8 sayılı “Döviz Kazandırıcı Hizmet Ticaretinin Desteklenmesi Hakkında Karar” la birlikte 2564 sayılı “Döviz Kazandırıcı Hizmet Sektörleri Markalaşma Destekleri Hakkında Karar” 20.05.2020 tarihli Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. Covid1-19 pandemisi ile birlikte ise 2641 sayılı “Döviz Kazandırıcı Hizmet Sektörlerinin Pazara Girişte Dijital Faaliyetlerinin Desteklenmesi Hakkında Karar” 09.05.2020 tarihli Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe girmiştir.

Sağlık turizmine yönelik destekler, Ekonomi Bakanlığı’nın yürüttüğü 2015/8 sayılı ‘Döviz Kazandırıcı Hizmet Ticaretinin Desteklenmesi Tebliği’ ile hibe destekleri kapsamında düzenlenmiştir. Türkiye’de döviz kazandırıcı hizmet gelirlerinin artırılması ve sağlık turizmi sektörünün uluslararası rekabet gücünün geliştirilmesi adına sağlık sektöründe faaliyet gösteren, Sağlık Bakanlığı tarafından ruhsatlandırılmış özel hastaneler veya üniversite hastaneleri ile sağlık turizmi şirketleri, Türkiye’de yerleşik, sağlık turizminde faaliyet gösteren yararlanıcıların gerçekleştirdikleri faaliyetlere ilişkin giderler kısmı olarak destek kapsamındadır. Bu destekler hibe niteliğindedir. Sağlık turizmi hibe destekleri aşağıda sırasıyla verilmiştir.

- **Tescil ve Koruma Desteği:** Bu madde kapsamında Sağlık Kuruluşları, Sağlık Turizmi Şirketleri ürünün/hizmetin yurt dışında tescil ettirilmesine

ilişkin marka/patent bürosu hizmetleri, danışmanlık, ürünün/hizmetin o ülkede başka bir şirket/kuruluş adına tescil ettirilip ettirilmediğine ilişkin olarak yapılacak araştırma, inceleme vb. bütün zorunlu giderleri % 50 oranında ve yıllık en fazla 50.000 ABD Doları tutarında karşılanır.

- **Rapor ve Yurtdışı Şirket Alımına Yönelik Danışmanlık Desteği:** Bakanlık tarafından ön izinle uygun görülen Sağlık Kuruluşları ve Sağlık Turizmi Şirketleri pazar araştırması, sektör, ülke, uluslararası mevzuat veri izleme/değerlendirme faaliyetleri, yabancı şirket veya marka odaklı raporlar (mali ve hukuki raporlar dahil) ile yabancı şirket alımlarına yönelik danışmanlık hizmetlerine (mali ve hukuki danışmanlık dahil) ilişkin giderlerin %60 oranında ve yıllık en fazla 200.000 ABD Doları tutarında karşılanır.
- **Belgelendirme Desteği:** Bakanlık tarafından uygun görülen JCI (Joint Commission International) Akreditasyonu, TEMOS Sertifikaları, QHA Trent Akreditasyonu, Accreditation Canada, Australian Council on Healthcare Standards International (ACHSI), TÜV Belgeleri, Sağlık Bakanlığı Sağlıkta Akreditasyon Standartları (SAS) Belgesi) kalite belgelerine yönelik olarak müracaat ve doküman inceleme giderleri, Belgelendirme tetkik giderleri, Belge kullanım ücretleri, İlk yıla ait kayıt ücretleri, Danışmanlık giderleri, Eğitim giderleri %50 oranında ve belge başına en fazla 50.000 ABD Doları tutarında karşılanır.(Bu madde kapsamındaki danışmanlık/egitim giderleri, her bir belge için en fazla 15.000 ABD Doları tutarında desteklenir.)
- **Reklam, Tanıtım ve Pazarlama Desteği:** Reklam, tanıtım ve pazarlama faaliyetlerine ilişkin harcamaları Yapılan reklam, tanıtım ve pazarlama faaliyetine ilişkin tanıtım malzemesi örneği / örnek yayın / görseller (katalog, broşür ve tanıtım malzemesi örneği / reklam verilen gazete, dergi örneği / fotoğraf, video kaydı, CD vb.) %60 oranında ve yıllık en fazla 400.000 ABD Doları tutarında karşılanır.
- **Yurtdışı Birim Desteği:** Doğrudan veya yurt dışında faaliyet gösteren şirketleri yada şubeleri aracılığıyla açtıkları birimlerin brüt kira (vergi/resim/harç

dahil) ve komisyon harcamaları, %60 oranında ve birim başına yıllık en fazla 120.000 ABD Doları tutarında karşılanır.

- **Danışmanlık Desteği:** Uluslararası pazarlarda rekabet avantajını arttırmak üzere bakanlığın belirlediği konularda firma/kuruluş/uzmanlardan alınan danışmanlık hizmetlerine ilişkin giderleri, %50 oranında ve yıllık en fazla 200.000 ABD Doları tutarında karşılanır.
- **Acenta Komisyon Desteği:** Türkiye’de uluslararası hasta getirilmesine yönelik acentelere yapılan komisyon ödemeleri, %50 oranında ve yıllık en fazla 100.000 ABD Doları tutarında karşılanır.
- **Tercümanlık Hizmetleri Desteği:** Sağlık kuruluşları tarafından yurt içinde istihdam edilen ve tercümanlık hizmeti veren en fazla 2 adet personelin aylık brüt ücretleri %50 oranında ve personel başına yıllık en fazla 25.000 ABD Doları veya tercümanlık hizmet alımına yönelik hizmet alımına yönelik giderlere %50 oranında ve yıllık en fazla 50.000 ABD Doları tutarında karşılanır.
- **Hasta Yol Desteği:** Bakanlık ile protokol yapan özel sağlık kuruluşları yada hava yolu şirketleri tarafından tedavi edilmek üzere Türkiye ye getirilen hastaların ulaşım giderleri %50 oranında ve hasta başına en fazla 1.000 ABD Doları tutarında karşılanır

Münhasıran yurtdışına yönelik olarak yurtiçinde gerçekleştirilen tanıtım ve eğitim faaliyetlerinin desteklenmesi aşağıdaki alanlarda karşılanır:

- a) Yurt dışından davet edilen ilgili kurum ve kuruluş temsilcilerinin katılımı ile münhasıran yurt dışına yönelik olarak yurt içinde düzenlenen tanıtım ve pazarlama etkinliklerine ilişkin giderleri, %50 oranında ve program başına en fazla 50.000 ABD Doları tutarında karşılanır.
- b) Yurt dışından davet edilen akademisyen/uzman/ ilgili kişi veya kurum/kuruluş temsilcilerinin katılımıyla münhasıran yurt dışına yönelik olarak yurt içinde gerçekleştirilen eğitim programlarına yönelik harcamaları, %50 oranında ve yıllık en fazla 100.000 ABD doları tutarında karşılanır.

Tablo 2. Türkiye’de Sağlık Turizminde Devlet Destekleri

DESTEK TÜRÜ	DESTEKTEN FAYDALANANLAR	DESTEK ORANI	DESTEK TUTAR TAVANI (\$)
Pazara Giriş Desteği Rapor Alımı	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sağlık Kuruluşları</li> <li>Sağlık Turizmi Őirketi</li> <li>İşbirliği Kuruluşu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sağlık Kuruluşları için %60</li> <li>Sağlık Turizmi Őirketi için %60</li> <li>İşbirliği Kuruluşu için %70</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sağlık Kuruluşları: 100.000</li> <li>Sağlık Turizmi Őirketi: 100.000</li> <li>İşbirliği Kuruluşu: 300.000</li> </ul>
Hasta Yol Desteği	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sağlık Kuruluşları</li> </ul>	%50	Hasta Başına 1.000
Yurt Dışı Tanıtım Desteği	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sağlık Kuruluşları</li> <li>Sağlık Turizmi Őirketi</li> <li>İşbirliği Kuruluşu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sağlık Kuruluşları için: %50</li> <li>Sağlık Turizmi Őirketi için: %50</li> <li>İşbirliği Kuruluşu için %70</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sağlık Kuruluşları: 300.000</li> <li>Sağlık Turizmi Őirketi: 300.000</li> <li>İşbirliği Kuruluşu: 500.000</li> </ul>
Fuar, Kongre, Konferans Desteği	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sağlık Kuruluşları</li> <li>Sağlık Turizmi Őirketi</li> <li>İşbirliği Kuruluşu</li> </ul>	%70	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sağlık Kuruluşları</li> <li>Sağlık Turizmi Őirketi</li> <li>İşbirliği Kuruluşu başına yılda en fazla 10 adet Etkinlik başına 15.000</li> </ul>
Arama Motoru Reklam Tanıtım Desteği	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sağlık Kuruluşları</li> <li>Sağlık Turizmi Őirketi</li> <li>İşbirliği Kuruluşu</li> </ul>	%50	Yıllık 100.000
Yurt Dışı Birim Desteği (Ofis Kirası)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sağlık Kuruluşları</li> <li>Sağlık Turizmi Őirketi</li> <li>İşbirliği Kuruluşu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sağlık Kuruluşları için: %60</li> <li>Sağlık Turizmi Őirketi için: %60</li> <li>İşbirliği Kuruluşu için %70</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sağlık Kuruluşları</li> <li>Sağlık Turizmi Őirketi: 200.000</li> <li>İşbirliği Kuruluşu: 300.000</li> <li>Bir birim 4 yıl desteklenir. Toplam 10 birime kadar.</li> </ul>
Uluslararası Belgelendirme Desteği	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sağlık Kuruluşları</li> </ul>	%50	Belge, Sertifika, akreditasyon başına 50.000
Ticaret ve Alım Heyeti Desteği	<ul style="list-style-type: none"> <li>İşbirliği Kuruluşu</li> </ul>	%70	Program başına 150.000 Yılda 5 Heyet
Danışmanlık Desteği	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sağlık Kuruluşları</li> <li>Sağlık Turizmi Őirketi</li> </ul>	%50	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sağlık Kuruluşları</li> <li>Sağlık Turizmi Őirketi başına 1 defa ve Yıllık 200.000</li> </ul>

Kaynak: SATURK, Sağlık Turizminde Mevzuat ve Teşvikler, <https://shgmturizmdb.saglik.gov.tr/Eklenti/10953/0/11pdf.pdf>

<https://shgmturizmdb.saglik.gov.tr/TR-23596/saglik-turizminde-mevzuat-ve-tesvikler.html>

<https://ticaret.gov.tr/data/5e0b32a713b8760ec0c092e6/20158%20say%CA%B1%CA%B1%20KARAR.pdf> sayfalarından oluşturulmuştur.

Tablo 2’de görüldüğü üzere ülkemizde sağlık turizmi alanında faaliyet gösteren kuruluşlara pazara giriş desteği, hasta yol desteği, yurt dışı tanıtım desteği, fuar, kongre, konferans desteği, arama motoru reklam desteği, tanıtım desteği, yurt dışı birim desteği, uluslararası belgelendirme desteği, ticaret ve alım heyeti ve danışmanlık hizmetleri verilmektedir.



#### 4. SONUÇ

Dünyada milyonlarca insanın oluşturduğu sağlık turizmi hareketliliğinin gelişimine bağlı olarak gelişen sektör ülke ekonomileri için önemli bir gelir kaynağı haline gelmiştir. Birçok ülke bu pastadan pay almak ve daha fazla gelir elde etmek için yeni stratejiler geliştirmeye başlamıştır. Medikal turizm endüstrisi de son yirmi yılda gün geçtikçe büyümekte olup bu pazardan yararlanmak isteyen ülkelerin stratejik kalkınma planlarında yer almaktadır (Tosun, Demir ve Sağlık, 2020).

Sağlık turizminin gelişiminde ve sektörün başarısının sürdürülebilirliğinde devlet teşvik ve destekleri önemli bir yer tutmaktadır. Türkiye'nin de içinde bulunduğu Hindistan, Malezya, Tayland, Singapur gibi sağlık turizminde başarı elde ederek marka destinasyonlar arasında yer alan ülkelerde devlet destek ve teşvikleri uygulanmaktadır. Bunlara örnek olarak vergi muafiyeti, medikal turist vizesi, fuarlara katılım faaliyetleri, hedef pazarlarda workshop, etkinlik, toplantı ve seminer düzenleme faaliyetler, tanıtım amaçlı yapılan broşür, yayın ve doküman desteği, belgelendirme desteği ve danışmalık faaliyetleri desteği vb.'dir.

Sonuç olarak birçok sektörlerle etkileşim içerisinde olan katma değeri yüksek sektörlerden biri olan sağlık turizminde marka destinasyonlardan biri olmak isteyen ülkeler bu konuyu ulusal politika haline getirmeli ve sektörün gelişimini devlet teşvikleri ile desteklemelidir. Sağlık turisti normal turistin 3-10 katı bir getiriye sahiptir. Ancak turizm de Türkiye'yi ziyaret eden turistler kişi başı ortalama 650-700 dolar harcama yaparken gelişmiş ülkelerde bu oran çok daha yüksektir. O nedenle Türkiye'ye gelecek olan sağlık turistlerinin de niteliği önemlidir. Seçilecek hedef pazarlara getirisi yüksek ürünler/hizmetler seçilerek diğer ülkelere farklılıklar ön plana çıkartılarak, markalaşmaya önem verilmelidir.

#### KAYNAKÇA

- AKLANOĞLU, F. & ERDOĞAN, E. (2008). Termal Turizm ve Afyon-Gazlıgöl Örneği. *e-Journal of New World Sciences Academy Natural and Applied Sciences*. 3(1), 83-92.
- AKTEPE C. & AÇIKEL Z., (2020). *Sağlık Turizmi*, D. Tengilimoğlu (Ed.), Ankara: Siyasal Kitabevi,, 359-387.
- BEKTAŞ, G. & ŞİMŞEK, F. (2016). İleri Yaş Turizminde Mobil Sağlık Hizmetlerinin Önemi. *Sağlık Akademisyenleri Dergisi*. 4, 179-185.
- BİRLEŞMİŞ MİLLETLER. (2019). *World Populations Prospects 2019*. [https://population.un.org/wpp/Publications/Files/WPP2019\\_Highlights.pdf](https://population.un.org/wpp/Publications/Files/WPP2019_Highlights.pdf) (Erişim Tarihi: 09/12/2020)
- CARRERA P. M, & BRİDGES J. F.P (2006). We Ask You To Use The Font According To The Template Used For Your Papers. *Papers Using Other Fonts Will Be Converted By Our Typesetters*. 6, 447-454.
- DÜNYA BANKASI (2020). *Disability Inclusion*. Erişim: <https://www.worldbank.org/en/topic/disability> (Erişim Tarihi:15.10.2020)
- EUROSTAT (2020). <https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/tps00010/default/table?lang=en> (Erişim Tarihi:21.11.2020)
- GARCIA-ALTÉS, A. (2005). The Development of Health Tourism Services, *Annals of Tourism Research*. 32(1),262-266.
- GAUTAM, P. & BHATTA, K. (2020). Medical Tourism In India: Possibilities And Problems Of Alternative Medical Treatment. *International Journal of Health Management and Tourism*. 5(3), 181-207.
- GLOBAL WELLNESS INSTITUTE (2018). *Global Wellness Tourism Economy*. [https://globalwellnessinstitute.org/wpcontent/uploads/2018/11/GWI\\_GlobalWellnessTourismEconomyReport.pdf](https://globalwellnessinstitute.org/wpcontent/uploads/2018/11/GWI_GlobalWellnessTourismEconomyReport.pdf) (Erişim tarihi:15/09/2020)
- GÜLMEZ, M, (2017). Sağlık Turizminde Öncü Ülkeler, Turizm Politikaları ve Pazarlama stratejileri, Sağlık Turizmi. D. Tengilimoğlu (Ed.) *Sağlık Turizmi* içinde. Ankara: Siyasal Kitabevi, 161-191
- GÜZEL ŞAHİN, G. & TUZLUKAYA, Ş. (2017). Turizm Türleri ve Turizm Politikaları, Dünyada ve Türkiye'de Sağlık Turizmi. D. Tengilimoğlu (Ed.) *Sağlık Turizmi* içinde Ankara: Siyasal Kitabevi, 41-58.
- KENZHEBAYEVA, A. & BOYLU, Y. (2018). Engelli Bireylerin Seyahat Engellerinden Etkilenmesinde Psikolojik Faktörlerin Önemi. *Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*. 2, 1-11.
- LEE, J. & KIM, H. (2015). Success Factors of Health Tourism: Cases of Asian Tourism Cities, *International Journal of Tourism Cities*. 1(3), 216-233.
- LUNT N, HORSFALL D. & HANEFELD, J. (2016). Medical Tourism: A Snapshot Of Evidence On Treatment Abroad. 88, 37-44
- MEDICAL TOURISM MARKET FORECASTS (2018). 2019-2025 *Global Statistics Report – Industry*.
- OECD (2011). *Medical Tourism: Treatments, Markets and Health System Implications: A scoping review*. Paris: OECD. 1-55.
- RIDDERSTAAT, J. & SINGH, D. (2020). Increasing Health Tourism Spending in the United States. *Rosen Research Review*. 2, 38-41.
- ROMANOVA G, VETITNEV A. & DIMANCHE, F. (2015). *Health and Wellness Tourism, Tourism in Russia: A Management Handbook*. Emerald Publisher, 231-238
- ÖZSARI, S H. & KARATANA, Ö. (2013) Sağlık Turizmi Açısından Türkiye'nin Durumu. *J Kartal TR*. 24(2), 136-144.
- SATÜRK (2020). *Sağlık Turizminde mevzuat ve Teşvikler*, <https://shgmturizmdb.saglik.gov.tr/TR-23596/saglik-turizminde-mevzuat-ve-tesvikler.html> (Erişim tarihi:15/09/2020)
- ŞENGÜL, H. & BULUT, A. (2019). Sağlık Turizmi Çerçevesinde Türkiye'de Termal Turizm; Bir Swot Analizi Çalışması. *ESTÜDAM Halk Sağlığı Dergisi*, 4(1), 55-70.
- TAKTAK, F. & DEMİR, H. (2010). Termal Otel Geliştirme: Afyonkarahisar Örneği. *Harita Teknolojileri Elektronik Dergisi*. 1, 20-35.
- TENGİLİMOĞLU, D. & TOSUN, N. (2020). *İleri Yaş ve Engelli Turizmi İçinde; Sağlık Turizmi*. D. Tengilimoğlu (Ed.) Ankara: Siyasal Kitabevi.
- TEMİZKAN, S. P. (2015). *Sağlık Turizmi*. Ankara: Detay Yayıncılık

- T.C. TİCARET BAKANLIğI. (2020). <https://ticaret.gov.tr/destekler/ihracat-destekleri/markalama-ve-turquality-destegi> (Erişim tarihi:15/09/2020)
- TOPAL, M.H. (2006). *Uluslararası Kuruluşların Teşviklere Bakışı ve Türk Teşvik Sisteminin Bu Çerçevde Analizi*, Maliye Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi.
- TOSUN, N., DEMİR, Y. & SAğLIK, E. (2020). Traditional and Complementary Medicine From Health Tourism Perspective. *International Journal of Health Management and Tourism*, 5(1), 32-43.
- TUİK. (2020). *Harcama Türlerine Göre Turizm Geliri (2003-2019), Geliş Nedenine Göre Yabancı Ziyaretçiler (2003-2019)*. [www.tuik.gov.tr](http://www.tuik.gov.tr) (Erişim Tarihi: 31/03/2020).
- TURSAB. (2014). *2014 Sağlık Turizmi Raporu*. <https://www.tursab.org.tr> (Erişim Tarihi: 20.04.2020).
- TÜRKSOY, A. & TÜRKSOY, S. (2010). Termal Turizmin Geliştirilmesi Kapsamında Çeşe İlçesi Termal Kaynaklarının Değerlendirilmesi. *Ekonomi, İşletme, Uluslararası İlişkiler ve Siyaset Bilimi Dergisi*. 1, 699-725.
- UNFPA Turkey (2020). <https://turkey.unfpa.org/tr/news/d%C3%BCnya-n%C3%BCfus-raporu-swop-2020> (Erişim Tarihi:15/10/2020)
- ZSARNOCZKY, M. (2018). Novel Concepts In The Health Tourism Industry. *Vadyba Journal of Management*. 1(32), 67-73.
- 2015-8 sayılı Döviz Kazandırıcı Hizmet Ticaretinin Desteklenmesi Hakkında Karar <https://ticaret.gov.tr/data/5e0b32a713b8760ec0c092e6/20158%20say%C4%B1%C4%B1%20KARAR.pdf> (Erişim Tarihi:15/10/2020)