Kriz Dönemlerinde Sağlık Turizmi

Health Tourism in Times of Crisis

Assoc. Prof. Dr. Yasin Bulduklu (Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turkey)

Prof. Dr. Zeynep Karaçor (Selçuk University, Turkey)

Prof. Dr. Süleyman Karaçor (Selçuk University, Turkey)

Abstract

Increased transport facilities have created national and international mobility for different purposes. This mobility, which is generally regarded in the scope of tourism sector, is also widely used for health purposes. Countries, besides their natural, historical and cultural riches, are engaged in transnational the protection of health, the elimination of diseases and the development of health. It can be claimed that countries have made important efforts towards attracting tourists in the field of health tourism.

Health has always been a significant value throughout history and people have sought different ways to develop and improve their wellbeing. Advanced transport means and easy access to information have brought people to search for health outside of their geographical area. Health tourism has also begun to arouse interest as a result of these searches, especially as an important source of income in the international scope.

Health tourism has the potential to be influenced by numerous factors. Economic crisis situations, political turmoil and social movements in the countries are some of the factors that affect mobilization for health. In this study, the impact of the coup attempt on July 15, 2016 on Turkish Tourism Industry is analyzed through analysis of secondary data.

1 Giriş

Kriz, aktörleri olumsuz etkileme özelliğine sahip, aktörün kendisinden, etkileşim içinde olduğu çevreden, toplumdan, sistemden, siyasal düzenlemelerden ve küresel gelişmelerden ortaya çıkan istenmeyen durumlardır. Çoğunlukla ani gelişme, öngörülemezlik, belirsizlik ile eşleşme gibi özelliklerle ele alınan kriz kavramı, çok disiplinli bir yaklaşımı gerektiren yapıdadır. Kişisel, toplumsal ve küresel düzeyde sonuçlar doğurması muhtemel bu istenmeyen koşullar, araştırmayı, stratejik yönetimi gerektirmesinin yanında reaktif bir bakış açısına da gereksinim duyar. Her kriz durumu aynı zamanda bir öğrenme deneyimidir. Krizlerin geniş bir neden yelpazesine dayalı olduğu düşünüldüğünde kişiler, toplumlar ve sistemler açısından krizin kaçınılmaz olduğu gerçeği daha iyi anlaşılabilir. Buna göre her kriz durumu, bir çıkarım listesinin ortaya çıkmasına, kriz yönetiminin ve krizin etkilerinin değerlendirilmesine ve benzer krizlere hazır olunmasına olanak sağlar.

Sağlık gereksinimlerini karşılamak amaçlı olarak bireylerin hareketliliğini ifade eden sağlık turizmi, sadece gereksinimi olan kişilerin değil; onların yakınlarının da seyahat etmelerini içeren bir olgudur. Turizmin yükselen bu türü, ülke ekonomileri için önemli bir girdi yaratma imkanı ile giderek öne çıkmaktadır. Sağlık turizmi, bireylerin sağlık amaçlı olarak bir yerden başka bir yere seyahat etmeleri olarak tanımlanabilir. Bu seyahatler, genellikle tedavi amaçlı seyahatler olsa da tam iyilik halini sürdürmeye yönelik hareketlilik; sağlığı geliştirmeye odaklı mobilizasyon da bu kapsamda değerlendirilmektedir. Sağlık turizmi, sağlık arama için gelen bireylerin ve onlara eşlik edenlerin uzun süreli konaklamasına fırsat sunduğu için ekonomik açıdan ayrıca stratejik bir öneme sahiptir. Hareketliliğin temel güdüsü, sağlık olsa da ülkeler bu amacın etrafını kazanç elde etme amaçlı olarak çeşitli unsurları eklemek yoluyla daha cazip hale getirme arayışı içindedirler. Sağlık turizminin daha fazla kâr elde etme amaçlı olarak tasarlanması, ülkelerin bu yönde politikalar geliştirmeleri, tercih edilebilirlik açısından oldukça önemlidir.

Ülkelerin yüzleştikleri kriz durumlarında sağlık turizminde yaşanan gelişmeleri konu edinen bu çalışma, Türkiye’de yaşanan 15 Temmuz 2016 Darbe Girişimini örnek olarak ele almaktadır. Türkiye’nin hem toplumsal hem de ekonomik açıdan krize girmesine neden olan bu girişimin sağlık turizmi üzerinde etkisi, keşfedici araştırma tasarımıyla irdelenmektedir. Araştırmanın amacı, yaşanan krizlerin sağlık turizmi endüstrisi üzerindeki etkilerini keşfetmektir. Araştırmada Türkiye İstatistik Kurumu tarafından yayımlanan 2012-2017 yılları arasındaki turizm istatistikleri veri olarak kullanılmaktadır.

2 Kriz ve Kriz Yönetimi

Kriz, beklenmeyen; kişileri, kurumları, toplumları, ülkeleri ve küresel boyutta ekonomiyi zora sokan istenmeyen durumlardır. Çoğunlukla olumsuz çağrışımlarla adı yan yana anılan kriz durumları, örgütün ya da ülkenin kendi eylemleri sonucunda ortaya çıkabileceği gibi onların dışındaki gelişmelerden; küresel boyutta yaşanan ve dolaylı yapıdaki gelişmelerden de kaynaklanabilir. Her düzey için farklı bakış açılarını gerektiren kriz yönetiminde; sorun ülke ya da örgütlerin dışında ortaya çıkan gelişmelere dayalı olduğunda çözümü daha güç olmaktadır.

Toplumların, ülkelerin ve ekonomilerin ani olarak yüzleştikleri kriz durumları, özellikle küreselleşme ile zincirleme sonuçlar doğurur hale gelmiştir. İlk uyarıyı alan bir örgütün, kişinin veya ülkenin gerekli müdahalede bulunamaması durumunda bu zincirleme etki gelişen iletişim teknolojileri aracılığıyla önlenemez biçime evrilebilmektedir. Kriz ile yüzleşen aktörlerin kriz öncesi, sırasında ve sonrasında yapacaklarının hazır olmasını gerektiren bu etki, krize karşı çok boyutlu planların da yapılmasını gerektirmektedir.

Kriz, Yunan ve Latin dillerinde "Krinein" kökünden gelen "Krisis" sözcüğüne karşılık gelmektedir. Kriz, bir dönem ve lokasyonda bir süreci karşılayan, deneyimlenen ve etkilenilen zor durum olarak tanımlanmaktadır (Karaçor vd., 2012:1). İletişimin hızlanması, hızla oluşan pazarlar ve kısa süreli iş tanımlarının geçerli olması, piyasalarda yaşanan hızlı dönüşümler, yoğun rekabet ortamını yaratmakta ve krizleri kaçınılmaz kılmaktadır. Buna ilave olarak doğal afetler, savaşlar ve darbeler de kriz durumlarını yönetilmesi güç hale getirmektedir (Tekin ve Zerenler, 2005:4).

Aktan (2004), krizi önceden bilinmeyen veya öngörülemeyen bazı gelişmelerin makro düzeyde devlet, mikro düzeyde ise firmaları ciddi düzeyde etkileyebilecek sonuçlara sahip bir kavram olarak tanımlamaktadır (Akt. Karaçor vd., 2012:1). Tekin ve Zerenler (2005), kriz durumlarını:

- Yönetimsel ve örgütsel işleyişi bozan durumlar,
- Öncelikli hedeflerini tehdit eden gelişmeler,
- Önlemek için zaman baskısının fazla olduğu zamanlar,
- Yüksek düzeyde stres yaratan durumlar,
- Birlikte hareket etmeyi gerektiren koşullar,
- Algılama ve önlemeyi güçleştiren sorunlar olarak tanımlamaktadırlar.

Kriz yönetimi, olası sorunların önceden saptanması, önlenmesi ya da olumsuz sonuçlarının sınırlandırılmasına yönelik adımlar atmak yerine ortaya çıktıklarında tepki gösterilmesi olarak tanımlanmaktadır (Mackenzie, 1995; Akt. Akdağ, 2005:3). Canpolat (2012:124) kriz yönetimine ilişkin çalışmalardan ortaya çıkardığı krizin yönetilebilmesine ilişkin unsurları aşağıdaki gibi sıralamıştır:

- Potansiyel krizlerin gruplandırılması,
- Krizlerin önlenmesi için analiz ve politikaların ortaya konulması,
- Potansiyel krizlerin tehditlerini ortaya koyan ve bunlarla başa çıkabilecek strateji ve taktiklerin geliştirilmesi,
- Simülasyon çalışmalarının yapılması,
- Krizden etkilenebilecek kitlelerin belirlenmesi,
- Kriz yönetim ekibinin ve kurum sözcülerinin saptanması ve bunların eğitimi,
- Krizden etkilenebilecek dahili ve harici hedef kitlelere yönelik iletişim kanallarının oluşturulması,
- Kriz planının gözden geçirilmesi, değerlendirilmesi ve güncellenmesi

Kriz, pek çok boyutu olan bir kavram olmakla birlikte daha çok ekonomik kayıplarla eşdeğer olarak ele alındığı görülmektedir. Oktar ve Dalyancı (2010), iktisadi sistem ya da alt bileşenlerinin işleyişinde beklenmedik bir şekilde ortaya çıkan ve sistemin işleyişini önemli ölçüde olumsuz etkileyen durum olarak ele almışlardır (Akt. Karaçor vd., 2012:1). Toplumsal açıdan kriz kavramı, insanlar, hükümetler ya da organizasyonlar tarafından deneyimlenen kaotik durumları ifade etmek için kullanılmaktadır (Tanyeri, 2014:510). Genel olarak kriz yönetimi süreci (Peltekoğlu, 2012:452-456):

- Gözlem ve farkına varma:** Bir krizin yönetilebilmesi önceden hazırlanmış kriz ve kriz iletişim planlarının varlığına bağlıdır. Yöneticilerin ayrıntılı düşünme becerisi ve gözleme yeteneği kurum içi ve kurum dışı uyaranların dikkate alınmasına ve krizin erken tespit ve önlenmesine yardımcı olur. Kurum içi ve kurum dışı uyaranların tespitinden önce bu aşamada karşılaşılma olasılığı yüksek olan krizler üzerinde senaryoların yaratılmasını gerektirir. Senaryo üretilmesi aşamasında sektörde daha önce yaşanmış krizler göz önüne alınabilir ve birer uyarıcı olarak bu krizler, değerlendirilebilir. Kriz ortaya çıkmadan önce sinyallerin farkına varmak ve denetim altına almak krizlerin önlenmesinde temel koşuldur.
- Krizi önleme çabaları:** Gözlem ve farkına varma süreci sonrasında farkına varılan konu veya sorun; konu yönetimi çerçevesinde bertaraf edilebilir. Konunun ya da sorunun farkına varmak ve önemsemek krizlerin büyümesini engelleyen ve kriz haline dönüşmeden çözümünü sağlayan temel felsefedir. Krizin önlenmesi, iyi bir gözlemci olmayı ve iç ve dış iletişimi etkin kullanabilmeyi gerektirir. İç iletişimde krizin önlenmesi için aşağıdan yukarıya ve yatay iletişim sayesinde düzenli bilgi akışı sağlanarak sorunlar oluşmadan ya da büyümeden çareler üretilebilir. Dış hedef kitleyle iletişimde de süreklilik, ciddiyet, medyanın takibi, iç ve dış koşulların değerlendirilmesi ve çevreye uyum konusunda gösterilen beceri, krizi önlemenin temel şartıdır.
- Kriz hazırlıklı olmak ve kriz yönetimi:** Krizin önlenmesine yönelik çabalar bazı olası krizleri ortadan kaldırırsa da tüm krizlerin önlenilebileceği anlamına gelmez. Bu nedenle gözlem aşamasında elde edilen

verilerden yola çıkılarak oluşturulmuş senaryolardan yararlanılmalı ve bu senaryolar için alternatif iletişim planları hazırlanmalıdır. Senaryolarla ortaya çıkması muhtemel durumlar ve izlenecek adımlar önceden belirlenmiştir ve proaktif bir yaklaşımla bu adımlar hayata geçirilmelidir. Çevresel faktörlerin değerlendirildiği, gerçekçi ve yaşanan olaylardan ve krizlerden yola çıkılarak oluşturulmuş senaryolar krize hazırlığın temel koşuludur. Kriz senaryolarının üretilmesinde iç ve dış etkenler nedeniyle yaşanabilecek en kötü durumların düşünülmesi, iç ve dış risklere hazır olmayı sağlayacaktır. Unutulmaması gereken yaşanma olasılığı %1 bile olan bir durumla karşılaşılma olasılığı durumun ortaya çıkmasıyla %100 olmuştur. Kriz yönetimi sırasında krizlerin etkileri dikkate alınmalı, bu etkileri azaltacak önlemler düşünülmelidir. Krizin yaşanması, iki önemli sorunun yanıtlanmasını gerektirir. Hangi durumda nasıl davranılmalı? Neler yapılmalı? Bu sorular konunun yaratacağı etkiler üzerinde yoğunlaşarak krize dair vizyonu şekillendirir. Önceden belirlenen vizyon, kriz anında hızlı hareket etme çabasının neden olacağı yanlış adımların atılmasını önleyecektir. Olumsuz etkilerin önceden belirlenmesine yönelik çalışmalar o yönde strateji geliştirme olanağı sağlayarak olumsuzlukların yaşanması olasılığını minimize eder.

- d. Kriz iletişimi: Kriz yönetimi, krizin nasıl atlatılacağı, nedenleri ve çözüm yolları üzerinde yoğunlaşırken, kriz iletişimi kriz dönemlerinde izlenecek strateji ve taktiklerle ilgilidir. Kriz iletişimi, krizin nedenlerinin, çözüm yollarının ve gelişmelerin hedef kitleyle paylaşımı ile ilgilidir. Kriz yönetiminde iletişim, zaman zaman kriz yönetiminin bir parçası olarak bazen de bağımsız bir iletişim planı oluşturularak performe edilir. Kriz anı iletişim planında iletişim zinciri, kriz ekibi görev dağılımı, medya ile ilişkiler gibi hedef kitlelerle olağan ilişkilerin kurulması ve sürdürülmesi üzerine yapılır. Proaktif ve iki yönlü simetrik iletişim anlayışını benimseyen kurumlarda kriz ekibi iletişimi kontrol altına alarak; öncelik sırası belirlenmiş hedef kitle ve medyaya önceden kararlaştırıldığı biçimde sık ve düzenli bilgi akışı sağlamalıdır. İlk adımdan itibaren belirlenen iletişim stratejisi, krizin fırsata dönüşmesi için planlanmalıdır. Başarılı bir kriz iletişim stratejisi, elde edilebilecek fırsatlar üzerine odaklanmalıdır. Kriz öncesinde edinilen itibar, krizi sırasında itibarın daha az zarar görmesini sağlayacaktır. Aynı şekilde kriz sırasında iyi yönetilen kriz iletişimi, kurum için fırsatları ortaya çıkarabilir. Bu nedenle iletişim kriz öncesi; kriz sırasında ve kriz sonrasında şeklinde planlanmalıdır.

Kriz durumları, hem iletişim hem de diğer boyutlarda önceden hazırlanan planlar, deneyimler, uzman görüşleri, bilimsel bilgi ve diğer sektörlerin krizi yönetme biçimleri çerçevesinde yönetilmesi gereken durumlardır. Kriz öncesinde sürekli olarak ortamın taranması, olası her gelişme için kurumun, toplumun ya da ülkenin farklı planlara sahip olması gerekir. Kriz öncesi sektöre ilişkin gelişmeler titizlikle takip edilmenin yanında araştırmaya da dayanmalıdır. Krizin yaşanmaya başlandığı durumda öncelikle acil müdahale edilmesi gereken gelişmelere odaklanılmalı, en az hasarla atlatmaya yönelik çabalara odaklanılmalıdır. Kriz sırasında en önemli sorunun belirsizlik olduğu unutulmamalı, hem bilgi verici hem de geri bildirim dayalı iki yönlü bir iletişim tasarımı hayata geçirilmelidir. Bu anlamda tüm iletişim platformlarının planlama kapsamında olmasına özen gösterilmeli; kanaat önderlerini kullanmak ihmal edilmemelidir. Kriz sonrası aşama, ilk olarak tespit ve değerlendirmeyi içermelidir. Saptanan her bir durum için düzeltici önlemlere odaklanılmalı, yeni kriz durumları için öğrenilenler kayıt altına alınmalıdır. Değerlendirme ve düzeltici boyuta odaklanmayı içeren kriz sonrası aşamada krizden öğrenilen deneyimin sonraki planlar için birer veri oluşturduğu göz ardı edilmemelidir.

3 Sağlık Turizmi ve Türkiye

Ülke ekonomileri açısından turizm, ekonomiye yarattığı doğrudan katkı ve sağladığı ekonomik hareketlilik nedeniyle son derece önemli bir sektör haline gelmiştir. Uluslararası turist hareketliliği, ülkelere sağladığı döviz girişi gerekçesiyle ülkelerin giderek artan oranda rekabetini gündeme getirmiştir. İletişimin tüm olanaklarını yoğun ve etkili biçimde kullanan ülkelerin rekabette öne çıktığı ve pastadan daha fazla pay aldığı turistik rekabet alanlarından biri de sağlık turizmidir.

Sağlığın önemli bir değer olduğunun giderek daha fazla bilinmesi, insanların sağlıklı yaşadıkları süreyi uzatma çabaları ve mobilize olmayı sağlayan araçlardaki hızlı gelişme, bireylerin farklı destinasyonlara sağlık hedefli olarak seyahat etmelerine de olanak sağlamıştır. Sağlığın korunması, tedavi ve sağlığın geliştirilmesi amacına yönelik olarak gerçekleşen uluslararası hareketlilik, olarak tanımlanabilecek olan sağlık turizmi, özellikle son yıllarda ülkelerin yoğun biçimde rekabet etmeye başladıkları bir alan olarak öne çıkmaya başlamıştır. Turizmin diğer türlerini yakından etkilime özelliğine sahip sağlık turizmi rekabetinde ülkelerin ekonomik kaynaklarının güçlü olması, bütünsel olarak hizmet sunuyor olabilmeye, tarihi, kültürel ve coğrafi olanaklar, rekabette güçlü olmayı sağlamaktadır. Sağlık turizmi motivasyonlarının başında kuşkusuz daha kaliteli sağlık hizmetini daha uygun fiyata almak gelmektedir. Ancak ülkelerin ve bireylerin ekonomik güçlerine göre farklı amaçlara yönelik sağlık hareketliliğine de rastlandığı görülmektedir. Aşağıda sağlık turizmini güdüleyen unsurlardan bazıları sıralanmaktadır:

- Bazı ülkelerdeki sağlık hizmetlerinde uzun bekleme sürelerinin olması,
- Daha kaliteli hizmeti daha uygun fiyata satın alma arzusu,
- Tedavinin ya da sunulan sağlık hizmetinin turistin kendi ülkesinde gelişmemiş olması,

- Organ nakli gibi durumlarda doku ya da organ donörünün bir başka ülkede bulunması,
- Alternatif tedavi ya da doğal tedavi gibi uygulamaların hedef ülkede yaygınlığı,
- Termal tedavi gibi doğal kaynak sahipliği gerektiren uygulamaların turistin kendi ülkesinde sunulamıyor oluşu

Sağlık turizmi, medikal, sağlığı geliştirme ve SPA turizmini içeren genel turizm alt sektörüdür. Medikal turizm, tıbbi hizmete erişmek için seyahat eden insanları içerir. Sağlığı geliştirme ve iyilik halinin devamı için seyahat edenler, kendi sağlık ve esenliklerini korumak veya geliştirmek amacındadırlar. SPA turizmi, önleyici ve iyileştirici nitelikte doğal kaynakları bulunan destinasyonlara yapılır ve vücuda iyi geldiğine inanılan uygulamalar, beden iyileştirilmesi, rahatlaması veya güzelleştirilmesi amacıyla satın alınır (TRAN, 2017). Sağlık amaçlı uluslararası hareketliliğin gelecekte hızla artacağı tahmin edilmektedir. 2011 yılında yaklaşık 10.5 milyon olan sağlık amaçlı seyahat eden kişi sayısının (Koyuncu vd., 2016: 223) 2017 yılında 14 milyona ulaştığı görülmektedir. Sınırların ötesindeki hastaların tıbbi ziyaret başına yaklaşık olarak 3.600-7.600 USD harcadıkları tahmin edilmektedir (GHR, 2018). En basit hesaplama ile 14 milyon yolcuyla sağlık turizmi endüstrisinin değerinin 50,5-106 milyar ABD Doları arasında olduğu görülmektedir.

Türkiye’de 2015 yılında yapılan analizlerde bir yabancı sağlık turistinin kişi başına 1.773 USD harcadığı ortaya konulmuştur. Bu rakam, normal bir turist için 756 Amerikan Dolarıdır. Buna göre bir sağlık turisti tatil turistine oranla 2,34 kat daha fazla harcama yapmaktadır (Baysal, 2016:258). Sağlık hizmetlerine ihtiyaç duyan kişiler, sağlık kuruluşlarının kalitesi, eğitilmiş insan kaynağı ve fiyat avantajlarıyla öne çıkan ülkelere yönelmektedirler. Güney Asya ve Güney Amerika’da tedavi ve cerrahi girişim ücretleri kuzey ülkelere göre daha avantajlı durumdadır (Barca vd., 2013:68). Turizmde uluslararası ticarete en çok kazanan ülke, Amerika’dır. Yüksek sağlık hizmeti sunum bedellerine rağmen ülkenin sağlık turizminde önde oluşu, teknolojik öndelik yanında tanıtım ve reklam faaliyetleri ile de değerlendirmeyi gerektirir.

Amerika, sağlık hizmetleri açısından diğer ülkelere kıyasla daha pahalı bir ülkedir. İleri derecede teknolojik gelişmeye sahip olan ülkede tıbbi ve ilaç uzmanlıkları oldukça gelişmiş durumdadır. Buna rağmen sağlık sistemindeki katı sosyal güvenlik finansmanı, Amerika’dan uluslararası sağlık turizmi amaçlı seyahatlerin en yüksek oluşunun nedenidir. SATURK (2017) verilerine göre ABD’den 2012 yılında 1.621.000 kişi sağlık amaçlı olarak yurtdışına gitmiştir. Yurtdışında sağlık aramada ise çok uluslu yapıdaki ABD’den seyahat eden kişiler öncelikle aidiyetlerinin bulunduğu ülkeleri tercih etmektedirler. Meksikalılar Meksika’ya, Latin Amerika kökenliler, Latin ve Güney Amerika’ya gitmektedirler. Sağlık turizmi açısından bakıldığında Amerika, hem çok sayıda sağlık hareketliliğinin hedef destinasyonu olmakta hem de bir milyondan fazla kişiyi diğer ülkelere göndermek suretiyle başka ekonomilerin hedef kitleleri içinde yer almaktadır.

4 Kriz Dönemlerinde Sağlık Turizmi: Türkiye Örneği

Ekonominin durumu, toplumsal – politik durum ve bölgedeki diğer gelişmelerin turizm üzerinde ilk elden etkili olan faktörler olduğu bilinmektedir. İnsanlar, riskli olan destinasyonlara turizm amaçlı seyahat etmek yönünde demotivedirler. Destinasyonun içinde bulunduğu karmaşa, savaş, bölgenin risk durumu, darbeler ve güvenliğe ilişkin diğer kaygılar, destinasyonun tercih edilirliliği üzerinde önemli düzeyde etkili olmaktadır. Özellikle kriz ve mücadele, çekişmelerin yoğun olduğu destinasyonlar, genel turistik veriler incelendiğinde arka sıralarda yer almaktadır.

Türkiye, turizm açısından avantajlı bir konuma sahiptir. Doğal, tarihsel ve kültürel açıdan önemli kaynakları bulunan bu toprakların küresel turizm pastasından daha fazla pay alabilmesi, turizmin farklı çerçevelerini kullanma ve birleştirme zorunluluğunu doğurmaktadır. Diğer turizm alanlarında olduğu gibi sağlık turizminde de Türkiye’nin sahip olduğu kaynakları tanıtma ve rekabette öne çıkmak için stratejik davranma gereksinimi vardır. Ülkenin değişik yerlerine turist çekme potansiyeline sahip olan sağlık turizmini canlandırmaya yönelik çabalar görülsede diğer rakip ülkelerle kıyaslandığında bu çabalar sistemli olmaktan uzaktır. Türkiye’nin bu alanda öne çıkabilmesi için bütüncül bir yaklaşıma dayanan planlara, politikalara ve stratejik bakış açısına gerek olduğu görülmektedir.

Türkiye’ye sağlık turizmi kapsamında gelen ziyaretçiler çoğunlukla turistik bölgeleri tercih etmektedirler. Antalya, İstanbul, İzmir ve Muğla, sağlık turizminde en çok tercih edilen şehirlerdir. Sağlık turizmi kapsamında en fazla ziyaretçi Libya, Irak ve Almanya’dan gelmektedir (KOTO, 2018). Türkiye’de Sağlık Turizmi Daire Başkanlığı, 2010 yılından bu yana ülkenin sağlık turizmine yönelik hizmet vermektedir. Türkiye, *Joint Commission International* (JCI) tarafından akredite edilmiş 48 uluslararası tedavi kuruluşuna sahiptir. Türkiye, sağlık turizminde ABD, Almanya, Tayland, Hindistan’dan sonra dünya sıralamasında beşinci (Saglik, 2018) sırada yer almaktadır. JCI tarafından akredite edilmiş hastane sayısına göre Türkiye, dünyada ikinci sıradadır. Sağlık turizmini geliştirmeye yönelik olarak ülkede 7 Şubat 2015 tarih ve 1332 sayılı 2015/3 Genelge ile “Sağlık Turizmi Koordinasyon Kurulu-SATURK” oluşturulmuştur. SATURK; Sağlık Bakanlığı Müsteşarının başkanlığında toplanmaktadır ve on iki üyesi vardır. SATURK çalışma grupları aşağıda verilmiştir (Saglik, 2018):

- Tanıtım ve Fiyatlandırma Çalışma Grubu,

- Eğitim ve Planlama Çalışma Grubu,
- Mevzuat ve Akreditasyon Çalışma Grubu,
- Mevzuat ve Akreditasyon Alt Çalışma Grubu

Daire Başkanlığı koordinasyonunda yürütülen bu faaliyetlerin yanı sıra Sağlık Turizminin Geliştirilmesi, Onuncu Kalkınma Planı (2014-2018) öncelikli dönüşüm programları arasında yer almaktadır. Ancak SATURK kapsamında yapılan faaliyetlere bakıldığında bazı bilimsel yayınlar ve raporlar dışında tanıtıma ağırlık verilmediği görülmektedir. Zaten ülkeye gelen turist sayısı da aslında beklenenden düşük seviyededir. Sağlık alanında önemli değişikliklere imza atan Türkiye'ye hasta hareketliliğinin olduğu yedi ülke sıralanmaktadır (Tontuş, 2015:3):

- Akrabalık bağları bulunan ülkeler (Bulgaristan, Yunanistan, Suriye)
- Türk nüfusun yoğun yaşadığı ülkeler (Almanya, Fransa, Hollanda)
- Altyapı ve hekim sıkıntısı bulunan gelişmekte olan ülkeler (Libya, Irak, Balkan ülkeleri, Orta Asya Türk devletleri)
- Sağlık hizmetlerinin pahalı olduğu ülkeler (İngiltere, Amerika, Almanya)
- Uzun bekleme sırası olan ülkeler (İngiltere, Hollanda, Kanada),
- Sigorta sistemlerinin dışında kalan dış sağlığı gibi hizmetlerin bulunduğu ülkeler (Fransa, İngiltere, İrlanda, Almanya),
- Özellikle hizmetlere talebin yoğun olduğu ülkeler (Orta Doğu ülkeleri ve Balkan ülkeleri).

5 Araştırma Metodolojisi

Türkiye, sağlık turizmi açısından yavaş yavaş öne çıkmaya başlayan bir ülke olarak görülse de henüz kaynaklarını tam anlamıyla kullanabildiği söylenemez. Özellikle nüfusu az ve tarihi ve kültürel mirası ile Türkiye ile rekabet edemeyecek düzeyde olan Singapur ve Tayland gibi ülkelerin gerisinde olması alanda daha fazla ve daha geniş perspektifli çalışmalara gereksinim olduğunu göstermektedir. Giderek gelişen bir alan olarak sağlık amaçlı hareketliliğe özel sektörün de katkı vermeye başlaması bu alanda gelişmeleri hızlandıracaktır. Özel girişimlerin temel motivasyonunun kâr olduğu düşünüldüğünde sektörün özellikleri, krizden etkilenme durumu ve sağlık turizmi açısından ülkenin üstünlükleri belirleyici faktörler olarak öne çıkmaktadır. Hem politikaların belirlenmesinde hem de özel sektöre yol gösterici olmada sağlık turizmine yönelik çalışmalara gereksinim olduğu açıktır.

Keşfedici tasarımdaki bu çalışmada Türkiye'de yaşanan 15 Temmuz darbe girişiminin sağlık turizmi üzerindeki etki düzeyi örneğinden yola çıkılarak kriz durumları ile sağlık turizmi arasındaki ilişki ortaya konulmaya çalışılmaktadır. Bu yolla kriz durumlarında sağlık turizminde yapılması gerekenlere ilişkin çıkarımlar yapılması amaçlanmaktadır. Araştırmada TÜİK tarafından yayımlanan veriler analiz edilmektedir.

6 Bulgular

İkincil kaynaklardan yararlanarak kriz durumları ile sağlık turizmi arasındaki ilişkiyi ortaya koymayı amaçlayan bu çalışmada 2012-2017 yılları arasındaki turizm ve sağlık turizmine ilişkin veriler analiz edilmiş; bulgular aşağıda verilmiştir.

Yıllar	Turist Sayısı	Bir Önceki Yıla Göre Değişim (%)
2012	216.229	+15,4
2013	267.461	+23,7
2014	414.658	+55,0
2015	360.180	-13,1
2016	377.384	+4,8
2017	433.292	+14,81

Tablo 1. Türkiye'ye Sağlık ve Tıbbi Nedenlerle Gelen Turist Sayısı **Kaynak:** TÜİK, 2018

Tablo 1'de görüldüğü üzere Türkiye sağlık amaçlı turizm hareketliliğinde 2012'den itibaren önemli bir ivme yakalamış; bu hız 2014 yılında zirveye ulaşmıştır. 2015 yılında sağlık turizmi için gelen kişi sayısında bir azalma görünse de bölgenin içinde bulunduğu koşullara rağmen; 2016 yılındaki rakamlar, sağlık turizmi sektörünün son beş yılda %74,5 büyüdüğünü göstermektedir. 2016 yılında yaşanan darbe girişimine rağmen diğer turizm sektörlerinin aksine 2015 yılına göre sektörün %4,7'lik büyümüş olması sağlık turizminin kriz durumlarından çok etkilenmediğini göstermektedir. Aynı şekilde bölgede hakim olan olumsuzluklara rağmen sağlık amaçlı seyahatlerin bir önceki yıla göre 2017 yılında da %14,81 oranında arttığı görülmektedir.

Yıllar	Elde Edilen Gelir (USD)		Gelen Toplam Turist Sayısı	
2012	29.007.003.000	Önceki Yıla Göre Değişim (%)	36.463.921	Önceki Yıla Göre Değişim (%)
2013	32.308.991.000	11,4	39.226.226	7,6
2014	34.305.904.000	6,2	41.415.070	5,6
2015	31.464.777.000	-8,3	41.617.530	0,5
2016	22.107.440.000	-29,7	31.365.330	-24,6
2017	26.283.656.000	18,9	38.620.346	23,1

Tablo 2. Yıllara Göre Turizmden Elde Edilen Toplam Gelir ve Toplam Turist Sayısı Kaynak: TÜİK, 2018

2012 yılından itibaren ülkeye gelen turist sayısının ve elde edilen gelirin dalgalı olduğu, ancak değişim aralığının kısmen yakın olduğu görülmektedir. Darbe girişiminin yaşandığı 2016 yılında toplam turist sayısında (tüm turizm endüstrisi) bir önceki yıla göre üçte bir oranında bir düşme; elde edilen toplam gelirden ise dörtte bir oranında bir azalma yaşanmıştır.

Yıllar	Toplam Geliri	Kişisel Harcama	Paket Tur	Yeme İçme	Konaklama	Sağlık
2012	29.007.003	22.220.202	6.786.801	6.138.781	3.053.647	627.862
2013	32.308.991	24.835.356	7.473.635	6.583.641	3.544.120	772.901
2014	34.305.904	26.002.950	8.302.954	6.523.852	4.202.131	837.796
2015	31.464.777	24.788.321	6.676.456	6.178.908	4.084.873	638.622
2016	22.107.440	18.495.978	3.611.462	5.108.647	2.507.120	715.438
2017	26.283.656	21.461.603	4.822.053	5.860.227	3.084.004	827.331

Tablo 3. Turistlerin Bazı Harcama Türlerine Göre Turizm Geliri (x1000 USD) Kaynak: TÜİK, 2018

Gelir türlerine göre daha yüksek oranda ekonomiye katkı yapan harcama kalemleri ile kıyaslandığında tüm kalemlerde darbenin yaşandığı 2016 yılında önemli düzeyde düşmeler görülmektedir. Örneğin kişisel tatil harcamalarında %25,4'lük; paket turlarda 45,9'luk bir düşüş yaşanmışken turistlerin sağlık harcamalarından elde edilen gelirden %12'lik bir artış göze çarpmaktadır. Krizin etkisinin 2017 yılı rakamlarında 2015 yılına ulaşamamış olduğu; en çok turistin geldiği 2014 yılına göre ise diğer harcama tutarlarının oldukça uzakta kaldığı görülmektedir. Buna göre turizm için gelir kaynağı yaratan diğer alanlarda krizin etkisinin 2017 yılında da sürdüğü sonucu ortaya çıkmaktadır. Sağlık ve tıp turizminden elde edilen gelirin ise hem darbenin yaşandığı yılda hem de 2017 yılında arttığı görülmektedir.

7 Sonuç ve Öneriler

Kriz, bilinmezlik, öngörülemezlik, ani ortaya çıkma ile nitelenen, kişileri, grupları, toplumları ve ekonomik sistemleri zora sokan durumları ifade eden bir kavramdır. Kriz durumları, lokal boyuttaki gelişmelerden ortaya çıkabileceği gibi küresel gelişmelere dayalı olarak da yaşanabilmektedir. Doğal afetler, terör, darbeler, savaşlar ve ekonomik istikrarı bozan diğer durumlar, ülkelerin kriz ile yüzleşmesini sağlayan faktörlerdir. Ekonomilerin önemli bir girdisini oluşturan turizm sektörünün de ülkelerdeki olumsuz tüm gelişmelerden etkilenmesi kaçınılmazdır.

Turizm sektöründe son dönemlerin yükselen yıldızı, sağlık turizmidir. Dünya çapında her geçen yıl artan oranda sağlık amaçlı, birey hareketliliği ülkelerin ekonomik sistemleri açısından önemli bir girdi yaratma potansiyeli ile öne çıkmaktadır. Diğer ülkelere ve farklı şehirlere sağlığı geliştirme, tedavi olma ve hastalıkları önleme amaçlı hareketliliği ifade eden bu endüstri, aynı zamanda ülkelerin birbirleri ile yoğun ve giderek sertleşen rekabet içine girdikleri bir alandır. Zaman zaman teknolojinin üstünlüğü, zaman zaman tedavi için yeterli nitelikte hizmetin lokal destinasyonlarda yapılamıyor oluşu, bireyleri diğer ülkelere tedavi için seyahate güdülemektedir. Tedavi için gerekli olan bazı doğal olanaklar da bireylerin sağlık amaçlı diğer ülkelere seyahat etmelerinde etkili olabilmektedir. Coğrafi koşullar, tarihi ve kültürel miras, sağlık turizmi açısından tercih edilirlilik üzerinde ilk elden etkili olan unsurlardır.

Dünyada sağlık amaçlı hareketliliğe katılan bir bireyin ortalama 3.600 ile 7.600 USD harcadığı Türkiye’de ise 2015 yılında yapılan analizlerde bir yabancı sağlık turistinin kişi başına 1.773 USD harcadığı görülmektedir. Türkiye’nin sağlık amaçlı olarak ülkeye gelen kişilerin harcadıkları tutar açısından bu ortalamaların oldukça gerisinde kaldığı görülmektedir. Buna göre sağlık turizminin diğer alanlarla entegre biçimde planlanmasına gereksinim olduğu söylenebilir. Paket turlar, programlar ve uygulamaların elde edilen geliri artıracığı söylenebilir. ortaya konulmuştur. Ayrıca sağlık turizminin sunulan hizmetin kalitesi yanında eğitimli ve yabancı dil bilen insan kaynağına olan gereksinimin de altı çizilmelidir.

Bu çalışmada sağlık turizmi ile kriz durumları arasındaki ilişki Türkiye’de yaşanan 15 Temmuz 2016 Darbe Girişimi örneğinden hareketle incelenmiştir. Çalışmada Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerinden yararlanılmıştır. 2012 - 2017 yılları arasındaki sağlık amaçlı turizm verileri incelendiğinde 2012’den itibaren dalgalı bir grafiğin olduğu görülmektedir. Özellikle 2014 yılında önemli düzeyde artışın yaşandığı sağlık

turizmde 2015 yılında aynı bir gerileme dikkati çekmektedir. 2014 yılındaki artışta kükusuz 2012 yılında yayımlanan ve sağık turizmini artırma amaçlı olarak uygulamaya konulan “2012/4 Sayılı Döviz Kazandırıcı Hizmet Ticaretinin Desteklenmesi Hakkında Tebliğ”in etkisi fazla oluştur. Bu tebliğ ile Türkiye’ye sağık amaçlı getirilen hastaların uçuş giderlerinin %50’si ve tedavi masraflarının %20’si devlet tarafından karşılanması hükme bağlanmıştır bu yükselişin 2015 yılı ile düşüşe geçmesinde ülkeye gelen turist sayısının totalindeki düşmenin etkisi olduğı görölmektedir. 2014 yılından itibaren tanıtım ve reklama ayrılan bütçenin de azaldığı saptanmıştır. Aynı yıl (2015) tüm turizm endüstrisindeki düşüş ile kıyaslandığında sağık amaçlı ülkeye giriş yapanların sayısındaki azalmanın daha az oluğı görölmektedir. 2016 yılından itibaren sağık amaçlı turist sayısında yeniden bir artış trendinin yakalanmaya başladığı yukarıdaki tabloda (Tablo1)gösterilmiştir. 2016 yılında yaşanan darbe girişimine rağımen diğeri turizm sektörlerinin aksine sağık amaçlı turist sayısının artması, sağık turizminin diğeri turizm alanlarına kıyasla krizden neredeyse hiç etkilendiğini göstermektedir.

Dünyada bir kağı ülkenin farklı iletişim çalışmaları ile giderek daha fazla öne çıkmaya başladığı sağık turizminin krizden etkilenemeyen bir endüstri olduğı sonucu, bu alana Türkiye özelinde ülkelerin daha fazla odaklanması gerektiğini göstermektedir. Ayrıca ülkeye gelen turistlerin daha fazla kalmalarına yönelik çabalar, dünya ortalamasının altında olan kişi başına yapılan turizm harcamasının da artmasını sağılayacaktır. Bu amaçla, ülkenin turistik kaynaklarını içine alan tur organizasyonlarının ve paket konseptli seçeneklerin bu amaçla seyahat planlayanlara sunulması gerekmektedir. Kamu yanında özel teşebbüsün de sağık turizmi alanında sorumluluk almasına yönelik düzenlemeler, ülkenin sağık turizmi alanında rekabet üstünlüğünü elde etmesini sağılayacaktır. Özel teşebbüsün yönlendirilmesinde sağığın krizlere karşi az duyarlı bir alan olduğı, doğıru planlama ve yerinde stratejilerle daha uzun süreli gelir elde edilebileceğı bilgisi aktarılabilir. Ayrıca sağık turizmi alanında öne çıkmak için özellikle destinasyonların sahip oldukları sağık teknolojilerindeki üstünlüklere, tarihi ve kültürel mirasa tanıtım, pazarlama, reklam ve duyurum faaliyetlerinde özel önem verilmelidir. Tanıtım ve reklam kampanyalarında bu öğelerin yanı sıra doğıal güzellikler, yer altı ve yer üstü zenginlikler özellikle vurgulanmalı; paket turlar ve bütünüşik kampanyalarla sağık amaçlı turist ülkeye çekilmelidir. Tanıtım konusunda altı çizilmesi gereken önemli bir nokta da hedef kitle segmentasyonunun doğıru yapılması ve hedef ülkelerin eksik yönlerine göre içeriklerin üretilmesinin gerekliliğidir.

Kaynakça

- Akdağ, 2005. “Halkla İlişkiler Ve Kriz Yönetimi”, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 31, 1-20.
- Barca, Akdeve, ve Gedik-Balay, 2013. “Türkiye Sağık Turizm Sektörünün Analizi ve Strateji Önerileri”, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5(3), 64-92.
- Baysal, 2016. “Sağık Turizminin Türkiye Turizm Geliri İçerisindeki Payı:2000-2015”, *Balkan Sosyal Bilimler Dergisi*, Aralık, 250-261.
- Canpolat, 2012. “Risk Toplumunda Halkla İlişkiler şirketlerinin Kriz ve Kriz İletişimine Yönelik Bakış Açılarının Değerlendirilmesine Yönelik Bir Araştırma”, *Gümüşhane İletişim Fakültesi Dergisi*, 3, 119-134.
- GHR, 2018, <http://globalhealthcareresources.com>
- Karaçor, Alptekin ve Gökmenoğılu, 2012. **Finansal Kriz Üzerine Öngörülebilirlik ve Politikalar**. Çizgi Kitabevi, Konya.
- Koyuncu, Gozlu ve Atici, 2016. “Analysis and Forecasts on The Healthcare Tourism Income of Turkey”, *Journal of Economics, Finance and Accounting*, 3(3), p.223
- Peltekoğılu, 2012. **Halkla İlişkiler Nedir?**, Beta Yayıncılık, İstanbul.
- Sağık, 2018. <http://www.saglikturizmi.gov.tr/yazdir?1827D07D2C0AA09447CF0AF91CACE761>
- SATURK, 2017. <http://www.saturk.gov.tr/images/pdf/ust/singapur.pdf>
- Tanyeri, 2014. “Uluslararası Krizlerin Yönetiminde Bir İletişim Yöntemi Olarak Kamu Diplomasisi Kavramı ve Dünyadan Örnek Uygulamalar”, **Kriz Yönetimi İletişimsel Temelde Çözüm Odaklı Stratejik Yaklaşımlar**(M. Akdağ ve Ü. Arklan, Ed.), Literatürk, Konya. p. 493-524.
- Tekin ve Zerenler, 2005. **İş Dünyası İçin Krizi Yönetebilmenin Sırları**. Çizgi Kitabevi, Konya.
- Tontuş, 2015. “Türkiye’nin Sağık Turizmdeki Önemi”, <http://dosyasb.saglik.gov.tr/Eklenti/10948,06pdf.pdf>
- TRAN,2017.[http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2017/601985/IPOL_STU\(2017\)601985_EN](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2017/601985/IPOL_STU(2017)601985_EN)
- TÜİK, 2018. <http://www.tuik.gov.tr/PreTabloArama.do>