



T.C.

ALANYA ALAADDİN KEYKUBAT ÜNİVERSİTESİ

LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

SAĞLIK TURİZMİ ANA BİLİM DALI

**SAĞLIK TURİZMİ SEKTÖRÜNDE FAALİYET GÖSTEREN KURUMLARIN
SAĞLIK TURİZMİ DESTEKLERİ FARKINDALIK DÜZEYİNİN
İNCELENMESİ**

Doktora Tezi

Şennur CANER

**Danışman
Doç. Dr. Seda ARSLAN**

**ALANYA
2025**

T.C.
ALANYA ALAADDİN KEYKUBAT ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

SAĞLIK TURİZMİ SEKTÖRÜNDE FAALİYET GÖSTEREN KURUMLARIN
SAĞLIK TURİZMİ DESTEKLERİ FARKINDALIK DÜZEYİNİN
İNCELENMESİ

Doktora Tezi

Şennur CANER
Sağlık Turizmi Ana Bilim Dalı
Sağlık Turizmi Doktora

Danışman
Doç. Dr. Seda ARSLAN

ALANYA
(2025)

ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ

Bu tezin bana ait, özgün bir çalışma olduğunu; çalışmamın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgilerin sunumu olmak üzere tüm aşamalarında bilimsel etik ilke ve kurallara uygun davrandığımı; bu çalışma kapsamında elde edilemeyen tüm veri ve bilgiler için kaynak gösterdiğimi ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi; bu çalışmanın Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi tarafından kullanılan “bilimsel intihal tespit programıyla tarandığını” ve “intihal içermediğini” beyan ederim. Herhangi bir zamanda, çalışmamla ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçlara razı olduğumu bildiririm.

Şennur CANER

TEŞEKKÜR

Doktora tez sürecimin başarıyla tamamlanmasında, akademik rehberliğini hissettiren; bilgi, deneyim ve desteğini esirgemeyen, kıymetli danışman hocam Sayın Doç. Dr. Seda ARSLAN'a en içten teşekkürlerimi sunarım.

Doktora sürecine adım attığım ilk günden bu yana her zaman yanımda olan; bilgisi, cesaretlendirici yaklaşımı ve yol göstericiliğiyle bana güç veren kıymetli hocam Sayın Doç. Dr. İshak Suat ÖVEY'e özel bir teşekkürü borç bilirim. Kendisi yalnızca akademik desteğiyle değil, aynı zamanda manevi katkılarıyla da bu yolculuğun en değerli yapı taşlarından biri olmuştur. Tez sürecinde desteklerini her zaman yanımda hissettiren değerli hocam Sayın Doç. Dr. Serpil KOCAMAN'a da gönülden teşekkür ederim.

Sağlık turizmi alanındaki saha deneyimimi akademik birikimle harmanlayarak bu alanda sürdürülebilir gelişime katkı sunmayı amaçlayan bir kadın olarak; İl Sağlık Müdürlüğü'ndeki aktif görevim süresince doktora çalışmalarına hem akademik bilgisiyle hem de sahaya dayalı deneyimiyle mentörlük yapan Sayın Doç. Dr. Muhammet Ali ORUÇ'a; sektörde ihtiyaç duyulan nitelikli insan kaynağının yetişmesine katkı sağlamama vesile olan Sayın Prof. Dr. Yetkin BULUT'a teşekkür ederim.

Çalışma hayatımda doktora eğitimime başlamamda ve bu süreci sürdürmemde her zaman destek olan önceki İl Sağlık Müdürümüz Sayın Doç. Dr. Muhammet Ali ORUÇ'a ve halen görevine devam eden İl Sağlık Müdürümüz Sayın Uzm. Dr. Mustafa URAS'a; kıymetli hocamız Prof. Dr. Fatih ÖZKAN'a ve desteklerini esirgemeyen yöneticilerime, mesai arkadaşlarıma teşekkür ederim.

Ayrıca, ders aldığım tüm kıymetli hocalarıma, bu süreci birlikte yürüttüğüm değerli arkadaşlarıma ve verilerin toplanmasında katkı sunan tüm kurum ve paydaşlara da içten teşekkür ederim.

Doktora eğitimime başladığımda kızım Elis Ece henüz 3 yaşındaydı. Bu anlamlı ve zorlu süreci onunla birlikte büyüyerek yürüttüm. Sürecin ilerleyen dönemlerinde oğlum Ufuk Ege aramıza katıldı. Hamilelik, doğum ve lohusalık gibi hayatımın en özel

dönemlerini akademik yolculuğumla iç içe yaşadım. Her biri bu yolculuğun hem tanığı hem de en kıymetli motivasyon kaynağı oldular. İyi kilerim, en büyük teşekkürüm size.

Bugünlere gelmemde en büyük paya sahip olan; beni her zaman koşulsuz destekleyen, sevgisini ve dualarını her an yanımda hissettiren kıymetli aileme; hayat yolculuğumda en büyük dayanağım olan, her zaman yanımda duran sevgili eşim Barış CANER'e ve tüm emeklerine yürekten teşekkür ederim.

Doktora süreci, benim için sadece bir akademik ilerleme değil, aynı zamanda hayatın farklı evreleriyle harmanlanmış özel bir yolculuk oldu. Bu yolculuk boyunca kimi zaman uykusuz gecelerle, kimi zaman vazgeçme noktasına geldiğim anlarla karşılaştım. Ancak içimdeki inanç, kararlılık ve sevdiklerimin desteğiyle yoluma devam ettim. Birtakım zorluklarla dolu bu süreçte kararlılıkla ilerleyebilmiş olmak, kendi adıma önemli bir gelişim ve öğrenme fırsatı sunarak en kıymetli kazanım oldu.

ÖZET

SAĞLIK TURİZMİ SEKTÖRÜNDE FAALİYET GÖSTEREN KURUMLARIN SAĞLIK TURİZMİ DESTEKLERİ FARKINDALIK DÜZEYİNİN İNCELENMESİ

Şennur CANER

Sağlık Turizmi Anabilim Dalı

Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

Mayıs, 2025 (131 Sayfa)

Sağlık turizmi, küresel ölçekte hızla büyüyen ve ülkeler için ekonomik, sosyal ve stratejik açıdan önemli bir sektör haline gelmiştir. Türkiye’de bu sektörün sürdürülebilir gelişimi ve uluslararası rekabet gücünün artırılması, sağlık turizmi alanında faaliyet gösteren kurumların kamu desteklerine ilişkin farkındalık düzeyleriyle yakından ilişkilidir. Bu çalışmada, Türkiye genelinde sağlık turizmi yetki belgesine sahip kurumların, Ticaret Bakanlığı tarafından sunulan desteklere yönelik farkındalık düzeyleri ile bu desteklerden yararlanma durumları, karşılaştıkları sorunlar ve önerileri değerlendirilmiştir.

Araştırmanın evrenini Türkiye’de sağlık turizmi faaliyeti gösteren 337 kurum oluşturmuştur. Veriler, uzman görüşleriyle yapılandırılmış anket formu aracılığıyla toplanmış ve SPSS 25.0 ile analiz edilmiştir. Frekans analizi, bağımsız örneklem t-testi, tek yönlü varyans analizi (ANOVA), Pearson korelasyon ve içerik analizi yöntemleri kullanılmıştır.

Bulgular, katılımcıların desteklere ilişkin genel farkındalık düzeyinin orta seviyede olduğunu göstermiştir. Kurumların yalnızca %43,3’ü desteklerden yararlanmakta olup, başvuru sürecinde en sık karşılaşılan sorunlar karmaşık prosedürler, mevzuat değişiklikleri ve uzun ödeme süreleridir. İş birliği kuruluşlarının desteklere ilişkin farkındalık düzeylerinin diğer kurum türlerine göre anlamlı düzeyde yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Araştırmada test edilen hipotezler sonucunda; kurum türüne, desteklerden yararlanma durumuna, danışmanlık hizmeti alma ve destekleri yeterli bulma değişkenlerine göre sağlık turizmi desteklerine ilişkin farkındalık düzeylerinde anlamlı farklılıklar olduğu belirlenmiştir. Ayrıca son üç yıldaki sağlık turizmi gelir artış oranı da

desteklere yönelik farkındalık düzeyini anlamlı biçimde etkilemektedir. Bu bulgular, desteklere erişim ve fayda algısının kurumsal özelliklere göre değişkenlik gösterdiğini ortaya koymaktadır.

Çalışma, sağlık turizmi desteklerinin etkinliğini artırmak için başvuru süreçlerinin sadeleştirilmesini, bilgilendirme ve eğitim faaliyetlerinin yaygınlaştırılmasını önermektedir. Ayrıca sektörel iş birliklerinin geliştirilmesi, nitelikli insan kaynağının yetiştirilmesi ve başarılı kurumların ödüllendirilmesi gibi uygulamalarla farkındalık düzeylerinin artırılabilceği değerlendirilmektedir. Araştırma, literatürdeki farkındalık boşluğunu doldurarak gelecekteki çalışmalara yön verecek temel bulgular sunmaktadır.

Anahtar Sözcükler: Sağlık turizmi, sağlık turizmi destekleri, kurumsal farkındalık, sağlık turizmi teşvikleri, sağlık turizmi destekleri farkındalık

ABSTRACT

INSTITUTIONS ACTIVATING IN THE HEALTH TOURISM SECTOR INSPECTING THE LEVEL OF AWARENESS OF HEALTH TOURISM SUPPORT

Şennur CANER

Department of Health Tourism

Alanya Alaaddin Keykubat University, Graduate School of Education

May, 2025 (131 Page)

Health tourism has rapidly become a growing sector on a global scale and has gained economic, social, and strategic importance for countries. In Türkiye, the sustainable development of this sector and the enhancement of its international competitiveness are closely related to the awareness levels of institutions operating in the field of health tourism regarding public support mechanisms. This study evaluates the awareness levels of institutions holding a health tourism authorization certificate across Türkiye towards the supports provided by the Ministry of Trade, their utilization of these supports, the problems encountered, and their suggestions.

The research population consists of 337 authorized institutions in Türkiye. Data were collected through a questionnaire form structured with expert opinions and analyzed using SPSS 25.0. Frequency analysis, independent sample t-test, one-way analysis of variance (ANOVA), Pearson correlation, and content analysis methods were employed.

Findings revealed that participants' general awareness level regarding the supports is moderate. Only 43.3% of the institutions benefit from the supports, and the most frequently encountered problems during the application process are complex procedures, regulatory changes, and long payment periods. It was found that the awareness levels of cooperation organizations regarding the supports are significantly higher than those of other types of institutions.

Based on the hypotheses tested in the study, significant differences were found in awareness levels regarding health tourism supports according to variables such as institution type, utilization of supports, receiving consultancy services, and finding the supports sufficient. Additionally, the rate of increase in health tourism revenues over the past three years significantly affects the awareness level of supports. These findings

indicate that access to and perception of benefits from the supports vary depending on institutional characteristics.

The study recommends simplifying the application processes, expanding information and training activities to enhance the effectiveness of health tourism supports. Furthermore, it is considered that awareness levels can be increased through practices such as strengthening sectoral collaborations, training qualified human resources, and rewarding successful institutions. The research provides key findings that address the awareness gap in the literature and guide future studies.

Keywords: Health tourism, health tourism incentives, institutional awareness, health tourism promotions, awareness of health tourism supports

İÇİNDEKİLER

ONAY SAYFASI	i
ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ.....	ii
TEŞEKKÜR.....	iii
ÖZET	v
ABSTRACT.....	vii
İÇİNDEKİLER	ix
TABLolar LİSTESİ.....	xii
ŞEKİLLER LİSTESİ	xiv
KISALTMALAR LİSTESİ.....	xv
1. GİRİŞ	1
2. LİTERATÜR	3
2.1. Sağlık Turizmi.....	3
2.1.1. Sağlık Turizminin Tanımı ve Kapsamı	4
2.1.2. Sağlık Turizminin Tarihsel Gelişimi	6
2.1.3. Sağlık Turizmi Çeşitleri.....	8
2.1.4. Dünyada Sağlık Turizmi.....	13
2.1.5. Türkiye’de Sağlık Turizmi	15
2.2. Sağlık Turizmi Sektöründe Faaliyet Gösteren Kurumlar.....	17
2.2.1. Uluslararası Sağlık Turizmi Sağlık Tesisi Yetkinlik Kriterleri	20
2.2.2. Uluslararası Sağlık Turizmi Aracı Kurum Yetkinlik Kriterleri.....	23
2.2.3. Uluslararası Sağlık Turizmi Yetki Belgesi ve Avantajları	26
2.3. Türkiye’de Sağlık Turizmi Sektörü Destekleri	28
2.3.1. Tescil ve Koruma Desteği	30
2.3.2. Pazara Giriş Belgeleri Desteği.....	31
2.3.3. Acenta Komisyon Desteği	38

2.3.4. Komplikasyon ve Seyahat Sağlık Sigortası Desteği.....	40
2.3.5. İstihdam Desteği	41
2.3.6. Yabancı Dil ve Sağlık Turizmi Eğitimi Desteği.....	43
2.3.7. Hasta Yol Desteği	44
2.3.8. Reklam, Tanıtım ve Pazarlama Desteği.....	46
2.3.9. Birim Desteği.....	48
2.3.10. Yurt Dışı Etkinlik Katılım Desteği	49
2.3.11. Milli Katılım Tanıtım Desteği	50
2.3.12. Yurt İçi Etkinlik Katılım Desteği	51
2.3.13. Yurt İçi Tanıtım ve Eğitim Desteği	52
2.3.14. Ürün Yerleştirme Desteği	53
2.3.15. Sektörel Alım Heyeti ve Sektörel Ticaret Heyeti Desteği.....	54
2.3.16. HİSER Projesi Desteği	55
2.3.17. Sanal Fuar Organizasyon Desteği.....	59
2.3.18. Sağlık ve Spor Turizmi Sektörlerinin Geliştirilmesi ve Tanıtılması Desteği.....	61
2.3.19. Yarışma ve Etkinlik Desteği.....	63
2.3.20. Döviz Kazandırıcı Hizmet Sektörleri Markalaşma Desteği ve Turquality Programı	65
2.4. Kurumsal Farkındalık ve Önemi	67
2.4.1. Sağlık Turizminde Farkındalık	68
2.4.2. Sağlık Turizmi Desteklerine Yönelik Farkındalık.....	70
3. YÖNTEM	71
3.1. Araştırmanın Gerekçe, Amaç ve Önemi	71
3.2. Araştırmanın Yöntemi.....	71
3.3. Araştırmanın Evren ve Örneklemi	73
3.4. Araştırmanın Hipotezleri.....	73
3.5. Veri Toplama Araçlarının Uygulanması	74

3.6.	Veri Toplama Aracı.....	75
3.7.	Verilerin Analizi.....	77
3.8.	Araştırmacının Rolü	78
3.9.	Araştırmanın Etik Yönü	78
3.10.	Araştırmanın Sınırlılıkları	78
4.	BULGULAR.....	80
5.	TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER	104
	KAYNAKLAR	114
	EKLER.....	125
	Ek-1 Veri Toplama Formu	125
	Ek-2 Etik Kurul Kararı	130
	ÖZGEÇMİŞ	131

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 2.1. Sağlık tesisleri açısından sağlık turizmine etken faktörlerin etki gücü	4
Tablo 2.2. Sağlık turizmin geçmişi, günümüz ve geleceği	7
Tablo 2.3. Sağlık turizmi farkındalığına yönelik yapılmış lisansüstü tezler.....	69
Tablo 4.1. Sağlık turizmi sektöründe faaliyet gösteren kurumların özellikleri.....	80
Tablo 4.2. Sağlık turizmi sektöründe faaliyet gösteren kurumların hizmet başlangıç sürelerinin dağılımı	81
Tablo 4.3. Sağlık turizmi sektöründe faaliyet gösteren kurumların başvuru özelliklerinin dağılımı	82
Tablo 4.4. Sağlık turizmi sektöründe faaliyet gösteren kurumların en çok sağlık hizmeti verdikleri ülkelerin dağılımı	83
Tablo 4.5 Sağlık turizmi alanında yetkilendirilmiş kurumların sağlık turizmi desteklerinden faydalanma durumlarının dağılımı	84
Tablo 4.6 Destek alırken sorun yaşanma ve destek yeterlilik durumlarının dağılımı....	85
Tablo 4.7. Başvuru sürecinde yaşanan sorunlar.....	86
Tablo 4.8. Desteklerin yeterliliği hakkında katılımcı görüşleri	87
Tablo 4.9. Sağlık turizmi desteklerine ilişkin katılımcı görüş, öneri, yorum veya talepler	88
Tablo 4.10. Sağlık turizmi destekleri farkındalık düzeyi ve alt boyutlarına ait betimsel analiz sonuçları	90
Tablo 4.11. Kurum türüne göre sağlık turizmi destekleri farkındalık düzeyi ve alt boyut düzey puanlarının ortanca istatistiklerine ilişkin varyans analiz sonuçları.....	91
Tablo 4.12. Kurumların çalışan sayılarına göre, sağlık turizmi destekleri farkındalık düzeyi ve alt boyut düzey ortalama puan ilişkin varyans analiz sonuçları	92
Tablo 4.13. Sağlık tesisinin türüne göre, sağlık turizmi destekleri farkındalık düzeyi ve alt boyut düzey ortalama puan ilişkin varyans analiz sonuçları	93
Tablo 4.14. Sağlık tesisinin kurum türüne göre, sağlık turizmi destekleri farkındalık düzeyi ve alt boyut düzey ortalama puan karşılaştırmalarına ilişkin varyans analiz sonuçları.....	94
Tablo 4.15. Kurumun sağlık turizmi desteklerinden faydalanma durumuna göre, sağlık turizmi destekleri farkındalık düzeyi ve alt boyut düzey ortalama puan karşılaştırmalarına ilişkin t-testi sonuçları.....	95

Tablo 4.16. Kurumun sağlık turizmi desteklerinden faydalanma suresine göre, sağlık turizmi destekleri farkındalık düzeyi ve alt boyut düzey ortalama puan karşılaştırmalarına ilişkin varyans analiz sonuçları.....	95
Tablo 4.17. Kurumun sağlık turizmi desteklerini yeterli bulup bulmama durumuna göre, sağlık turizmi destekleri farkındalık düzeyi ve alt boyut düzey ortalama puan karşılaştırmalarına ilişkin varyans analiz sonuçları	96
Tablo 4.18. Kurumların destek başvuru sürecinde danışmanlık hizmeti alma durumuna göre, sağlık turizmi destekleri farkındalık düzeyi ve alt boyut düzey ortalama puan karşılaştırmalarına ilişkin t-testi sonuçları	97
Tablo 4.19. Kurumların destek başvuru sürecinde sorun yaşama durumuna göre, sağlık turizmi destekleri farkındalık düzeyi ve alt boyut düzey ortalama puan karşılaştırmalarına ilişkin t-testi sonuçları.....	98
Tablo 4.20. Kurumların sağlık turisti başvuru sayısında son 3 yılda ortalama artış oranı durumuna göre, sağlık turizmi destekleri farkındalık düzeyi ve alt boyut düzey ortalama puan karşılaştırmalarına ilişkin varyans analiz sonuçları	98
Tablo 4.21. Kurumların sağlık turizmi gelirlerinde son 3 yılda ortalama artış oranı durumuna göre, sağlık turizmi destekleri farkındalık düzeyi ve alt boyut düzey ortalama puan karşılaştırmalarına ilişkin varyans analiz sonuçları	100
Tablo 4.22. Sağlık turizmi destekleri farkındalık düzeyi ve alt boyutları arasındaki ilişkinin tespitine yönelik korelasyon analizi.....	102
Tablo 4.23. Araştırmanın hipotez ve sonuçları	103

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 2.1. 2019-2024 sağlık turisti sayısı.....	16
Şekil 2.2. 2019-2024 Türkiye'de sağlık turizmi gelirleri (Bin USD)	17
Şekil 2.3. Türkiye’de sağlık turizmi paydaşları.....	19
Şekil 4.1. Sağlık turizmi sektöründe faaliyet gösteren kurumların en çok hizmet verdikleri ülke gruplarının dağılımı	84



KISALTMALAR LİSTESİ

ABD	Amerika Birleşik Devletleri
DSÖ	Dünya Sağlık Örgütü
FTRM	Fizik Tedavi Rehabilitasyon Merkezi
HİSER	Hizmet Sektörü Rekabet Gücünün Artırılması Projesi
ISQua	The International Society for Quality in HealthCare (Sağlık Hizmetlerinde Uluslararası Kalite Derneği)
JCI	Joint Commission International
KEP	Kayıtlı Elektronik Posta
M. Ö.	Milattan Önce
M. S.	Milattan Sonra
ÖSYM	Ölçme Seçme Yerleştirme Merkezi
RG	Resmi Gazete
RTP	Reklam Tanıtım ve Pazarlama
SPA	Salus Per Aquam (Sudan Gelen Sağlık)
SPSS	Statistical Package for the Social Sciences
STDBSYBD	Sağlık Turizmi Destek Başvuru Sürecine Yönelik Bilgi Düzeyi
STDFD	Sağlık Turizmi Destekleri Farkındalık Düzeyi
STDEHAD	Sağlık Turizmi Desteklerinin Etkileri Hakkında Algı Düzeyi
STDHOD	Sağlık Turizmi Desteklerinden Haberdar Olma Düzeyi
STDYBD	Sağlık Turizmi Desteklerine Yönelik Bilgi Düzeyi
STK	Sivil Toplum Kuruluşu
SWOT	Strengts, Weakness, Opportunites, Threats
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
TÜRSAB	Türkiye Seyahat Acentaları Birliği
USTB	Uluslararası Sağlık Turizmi Birimi
USTYB	Uluslararası Sağlık Turizmi Yetki Belgesi
USHAŞ	Uluslararası Sağlık Hizmetleri Anonim Şirketi
YBM	Yaşlı Bakım Merkezi
YÖK	Yüksek Öğretim Kurumu

1. GİRİŞ

Sağlık turizmi, günümüzde giderek daha fazla ilgi gören ve büyüyen bir sektördür. Sağlık turizmi; ülkelerin, kıtaların, bölgelerin, hedef destinasyonların ve sayısız hizmet sunucusunun birbirleriyle rekabet ettiği devasa bir uluslararası ticaret endüstrisidir (Tengilimoğlu, 2021). Ülkeler arası sağlık hizmetlerinin ihracatı olarak da adlandırılan bu alan, sağlık hizmeti alan sağlık turistleri, aracı kuruluşlar ve sağlık hizmeti sağlayıcıları arasında uluslararası bir işbirliği sağlayarak birçok avantaj sunmaktadır.

Türkiye'de sağlık turizmine dayalı teşvik ve destekler 1980'li yıllarda başlamış olup (Unutmaz, 1994; Gülenç, 2023), günümüzde bu sektörün önemi arttıkça desteklerde de artış görülmektedir (Ticaret Bakanlığı, 2025). Türkiye'de sağlık turizmine yönelik yapılan yatırımlarla sağlık turizmi alanında daha fazla söz sahibi olmak, konumu itibarıyla daha çok turist çekerek önde gelen ülkelere dengeyi sağlamak, konumu itibarıyla daha çok turist çekerek önde gelen ülkelere dengeyi sağlamak, ihracat potansiyelini artırmak, sektörün gelişmesine katkı sağlamak, yabancı yatırımcıların Türkiye'ye yönelmesini teşvik etmek gibi görevleri bulunmaktadır (Ticaret Bakanlığı, 2025a). Ticaret Bakanlığı sağlık turizmi sektöründe faaliyet gösteren sağlık tesisleri, aracı kuruluş ve iş birliği kuruluşlarına yönelik destekler sağlamaktadır. Uluslararası sağlık turizmi faaliyetinde bulunan sağlık tesisi ve aracı kuruluşlara; reklam, pazarlama ve tanıtım, yurt içi/yurt dışı etkinliklere katılım, acente komisyon desteği, ürün yerleştirme, tescil ve koruma, pazara giriş belgeleri, hasta yol desteği, istihdam, yabancı dil ve sağlık turizmi eğitimi, birim desteği, komplikasyon ve seyahat sağlık sigortası desteği gibi birçok kalemden destek unsuru bulunmaktadır. İşbirliği kuruluşlarına ise; uluslararası sağlık turizmi fuarlarına katılım, yurt içi/yurt dışı etkinliklere katılım, reklam, tanıtım ve pazarlama, ürün yerleştirme, sektörel ticaret heyeti-alım heyeti, sanal fuar organizasyonu, yarışma ve etkinlik, yurt içi tanıtım/eğitim, birim desteği gibi birçok kalemden destek unsuru bulunmaktadır. Ayrıca Hizmet Sektörü Rekabet Gücünün Artırılması Projesi (HİSER) kapsamında ihtiyaç analizi, eğitim, danışmanlık, tanıtım, istihdam, ticaret ve alım heyeti organizasyon destek unsurları bulunmaktadır. Bu bağlamda, Ticaret Bakanlığı'nın sağlık hizmetleri ihracatına yönelik sağlık turizmi sektörüne sağladığı desteklerin büyük bir önemi vardır. Ticaret Bakanlığı'nın sağlık turizmi sektörüne yönelik sağladığı destekler, Türkiye'nin sağlık turizmi potansiyelini artırmakta ve ülkeyi bu alanda öne çıkaran önemli

destinasyonlardan biri haline getirmektedir (Ticaret Bakanlığı, 2025). Bu destekler Türkiye'nin sağlık turizmi hedeflerinin gerçekleşmesi açısından çok önemli olduğu kadar sağlık turizmi sektörünün de önünü açacaktır. Türkiye'nin sağlık hizmetleri kalitesinin uluslararası platformda tanıtılmasına ve tercih edilmesine olanak sağlamaktadır. Aynı zamanda rekabet gücü kazandırarak ihracat potansiyellerini artırmaktadır. Sağlık turizmi destekleri, sektörün sürdürülebilir büyümesini destekleyerek istihdam yaratma ve ekonomik kalkınma sağlama açısından da önemli bir rol oynamaktadır. Bu da Türkiye'nin sağlık turizmi alanında büyümesini sürdürmesine ve uluslararası arenada rekabet edebilir konumda olmasına olanak tanımaktadır.

Sonuç olarak, Ticaret Bakanlığı'nın sağlık turizmi sektörüne yönelik sağladığı destekler, Türkiye'nin sağlık turizmi potansiyelini artırmakta ve ülkeyi bu alanda öne çıkaran önemli bir faktör haline getirmektedir. Sağlık turizmi faaliyeti yürüten sağlık tesisleri, aracı kuruluşlar ve iş birliği kuruluşlarına yönelik destekler, sağlık turizmi sektöründe faaliyet gösteren kuruluşlara büyük bir motivasyon ve rekabet avantajı sağlamaktadır. Bu da Türkiye'nin sağlık turizmi alanında büyümesini sürdürmesine ve uluslararası arenada rekabet edebilir konumda olmasına olanak tanımaktadır.

Uluslararası sağlık turizmi kapsamında faaliyet gösteren sağlık tesisi, aracı kuruluş ve iş birliği kuruluşlarının sağlık turizmi destekleri farkındalık düzeyini gösteren bir çalışmaya rastlanmamıştır. Mevcut tez çalışması, bu doğrultuda literatürdeki sağlık turizmi destekleri farkındalık boşluğunu doldurmaya yönelik önemli bir potansiyele sahiptir ve ileride yapılacak çalışmalara yön verecek temel bulgular sunmaktadır.

2. LİTERATÜR

2.1. Sağlık Turizmi

Sağlık turizminin odak noktası olan insan biyo-psiko-sosyal bir varlıktır ve biyolojik, psikolojik ve sosyal yönleriyle bir bütündür. Dünya Sağlık Örgütü sağlığı “yalnızca hastalık ya da engellilik durumunun bulunmaması değil; bireyin beden, ruhen ve sosyal yönden tam bir iyilik halinin olması” olarak tanımlar (DSÖ, 2025). İnsanlar sağlıklarını korumak, geliştirmek, hastalıkların tedavisi ve rehabilite edilebilmesi için sağlık hizmeti arayışı içine girerler.

Sağlık turizmi, belirli faktörler nedeniyle sağlık hizmeti arayışında olan sağlık turistinin ikametgâhı dışındaki bir yere geçici süreliğine gidip ihtiyacı olan sağlık hizmetini almasıdır (Çolakoğlu & Caner, 2022). Sağlık turizmi destinasyonlarının tercih edilme sürecinde sağlık turistlerinin kararlarını şekillendiren çok sayıda faktör bulunmaktadır. Jotikasthira'ya (2010) göre; kaliteli sağlık hizmeti, düşük maliyet, güvenlik, hijyen, gelişmiş tıbbi teknoloji ve kültürel yakınlık gibi unsurlar, potansiyel medikal turistlerin öncelikli değerlendirme ölçütleri arasında yer almaktadır. Ayrıca konforlu konaklama imkanları, gizlilik, hasta yakınlarının da dikkate alınması ve tedavi sonrası hizmetlerin sunulması gibi unsurlar da destinasyon tercihinde etkili olmaktadır. Sağlık turizmi kapsamındaki sağlık turistleri sağlık tesisi ve ülke seçimlerini etkileyen en önemli noktalar; maliyeti, tıbbi teknolojisi, sağlık hizmetinin kalitesi ve hızlı tedavi yöntemleri ile alanında uzmanlaşmış hekimlerin var olması, konaklama kriterleri ve sağlık tesisinin akredite olmuş olmasıdır. Sağlık tesisleri bakımından sağlık turizmine etken faktörlerin etki gücünün değerlendirmesi Tablo 2.1'de gösterilmiştir (Tontuş, 2015). Türkiye'de de sağlık turizm kapsamında uluslararası sağlık turistlerine sağlık hizmeti verebilecek sağlık tesislerinin, alanında yetkin sağlık personelinin, teknik donanımının bilgi ve teknolojisinin var olduğu bilinmektedir (Şahin & Uysal Şahin, 2018). Türkiye'nin sahip olduğu avantajlar sağlık turizminde tercih edilmesini olumlu yönde etkilemektedir (Çapar, 2018). Türkiye'de onkolojik tedaviler, kardiyovasküler cerrahi, ortopedi, beyin cerrahisi, obezite cerrahi, çocuk cerrahisi, plastik rekonstrüktif estetik cerrahisi, organ ve hücre nakli, göz ve diş tedavileri, Cyberknife, robotik cerrahi, MR hizmetleri gibi ileri teknoloji sağlık hizmetleri verilmektedir (Tontuş, 2015; Çolakoğlu & Caner, 2022).

2023 yılında Türkiye'ye 1.538.643 kişi sağlık hizmeti almak için gelmiş ve gelen sağlık turistlerinden elde edilen gelir 3.006.092 bin ABD Doları tutarında gerçekleşmiştir.

2024 yılında ise toplam 1.506.442 kişi sağlık hizmeti almak için Türkiye'ye gelmiş ve sağlık turistlerinden elde edilen gelir 3.022.957 bin ABD Doları tutarında gerçekleşmiştir (USHAŞ, 2025; TÜİK, 2025). Sağlık harcamaları ile elde edilen gelirin ve sağlık turisti sayılarının bir önceki yıla göre artarak devam ettiği görülmektedir. Bu durumun ileri ki yıllarda da artan ivmeyle devam edeceği düşünülmektedir 2028 yılı sağlık turizmi gelirleri 20 milyar dolar olarak hedeflenmektedir (USHAŞ, 2025).

Tablo 2.1. Sağlık tesisleri açısından sağlık turizmine etken faktörlerin etki gücü

Akreditasyon	+++++
Kurumlar arası iş birliği	++++
Sınır ötesi sigorta kapsam anlaşması (ilgili sigortalılar için)	+++++
Alanında uzaman ve eğitilmiş profesyonel sağlık personeli	++++
Tıbbi teknoloji	++++
Çalışan hekimlerin bilimsel etkinliği	++++
Fiyat farklılığı	+++
Entegre Tesis (Hastane + Otel + rehabilitasyon tesisi)	+++
Kurumun ülke dışı sağlık tesisinin bulunması	++
İngilizce konuşulan sağlık tesisi	+++
Güçlü web alt yapı	+++
Hasta temsilcisi destek elemanları	+++
Profesyonel aracı kurum yapılanması	+++++
Ülkede sağlık turizmi politikasının ve muhatap kurumun bulunması	+++++
Ülkenin sağlık endüstrisi gücü	+++
Ülkenin politik gücü	+++++
Ülke içi siyasi problemler	+++
Ülkenin geleneksel turizm gücü (tarihi ve kültürel miras)	++
Din ve Kültür Benzerliği	++
Uçuş süresi	++
Malpraktis (tıbbi uygulama hataları) yasası	+++

2.1.1. Sağlık Turizminin Tanımı ve Kapsamı

Sağlık turizmi, bireylerin fiziksel, zihinsel ve/veya ruhsal sağlıklarına katkı sağlama amacıyla tıbbi müdahaleler veya sağlıklı yaşam odaklı faaliyetler için seyahat ettikleri bir turizm türüdür. Bu kavram ilk kez 1973 yılında, bir ülkenin doğal kaynaklarını (örneğin su, iklim ve çevre) kullanan sağlık tesislerine yönelik ziyaretleri tanımlamak amacıyla kullanılmıştır (Tengilimoğlu, 2021). Sağlık turizmi; turistin sağlık ihtiyacına yönelik taleplerini karşılayan ve bu talep doğrultusunda sağlık hizmet sunumunu içeren disiplinler arası bir alan olarak tanımlanmaktadır (Eriş, 2020).

Eric Cohen sağlık turizmi kapsamında kişileri beş farklı grupta gruplandırmıştır. Cohen'e (2008) göre;

Sadece turist: Ülkesi dışında başka bir ülkede bulundukları esnada herhangi bir sağlık hizmetinden faydalanmayan kişiler.

Tatilde tedavi edilen turist: Ziyaret ettikleri ülkede beklenmedik anda gelişen rahatsızlanma ya da kaza gibi durumlarda sağlık hizmeti alan kişilerdir.

Tatil ve tedavi amaçlı gelen turist: Ziyaret edilen ülkeye tıbbi nedenlerle gitmeyen fakat seyahat esnasında bazı rahatsızlıkları için tedavi olma olanaklarının olması nedeni ile tatilde tedavi amacı olan kişilerdir.

Tatil yapan hastalar: Sağlık hizmeti almak amaçlı bir bölgeye giderler, fakat iyileşme sürecinde ya da tedavi sonrasında tatil yapan ziyaretçilerdir.

Yalnızca hastalar: Sadece sağlık hizmeti almak amacıyla bir bölgeye giderler. Bu amaç dışında tatil yapmak gibi bir amaçları yoktur. Gidilen bölgede tedavi olmak veya ameliyat olmak amacıyla giden kişilerdir.

Cohen'e göre gruplar incelendiğinde yukarıdan aşağıya doğru medikal turizm talep özelliği artan kişilerden oluşmaktadır. Diğer kavram tanımları da göz önüne alındığında her turistin medikal sağlık hizmeti alan sağlık turisti olabilme potansiyeli vardır. Aynı bağlamda medikal sağlık hizmeti alan sağlık turistinin de turist olabilme potansiyeli vardır.

Connell (2006) medikal turizmi “cerrahi tıbbi tedavi için yurt dışına giden hastalar” olarak tanımlamıştır. Lee ve Spisto (2007) medikal turizmi “turistlerin kendilerini daha iyi hissetmek ya da tedavi olmak amacıyla başka bir yere seyahat etmesidir” şeklinde tanımlarken; Yu ve Ko (2012) “bireylerin tedavi ve bakım amacıyla deniz aşırı ülkelere seyahat etmesidir” şeklinde tanımlamıştır. Glinos ve arkadaşları (2010) “hastanın *ikamet ettiği ülke* dışına çıktığı hasta hareketliliği” olarak tanımlamıştır. Bookman ve Bookman (2007) “tıp ve turizm olmak üzere en az iki alana katkısı olan ticari hizmetleri içeren ekonomik faaliyet” olarak tanımlamıştır. Carmen & Iuliana (2014), medikal turizm kavramı ve özelliklerini “tedavi için seyahat eden çok sayıda insanın var olması, düşük maliyetli ucuz uçuşlar, internetin ana bilgi kaynağı olarak hızla yayılması hem özel hem de kamu sektöründe bu alandaki gelişmeler ve devlet teşviki ile kârlı bir gelir kaynağı olarak görülmesi” şeklinde tanımlamıştır.

Uluslararası sağlık turizmi; sağlık hizmeti almak amaçlı geçici bir süreliğine ülke değişikliği yapan, ülke vatandaşı olmayan ya da Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı olup yurtdışında ikamet etmeye devam eden bireylerin aldıkları tüm sağlık hizmetinin yanı sıra bunlarla ilgili aldıkları destek hizmetleri olarak tanımlanmaktadır. Kendi ülkesinin dışında geçici süreliğine herhangi bir sebepten dolayı ülkemizde bulunan ve bu esnada beklenmedik anda gelişen hastalıklar ve acil durumlarda verilen sağlık hizmeti turistin sağlığı olarak tanımlanır. Uluslararası sağlık turisti ise; tanımlanan bu iki kavram

kapsamındaki sağlık hizmeti alan kişileri tanımlamaktadır (Resmî Gazete, 2025). Anlaşılacağı üzere sağlık turizme yönelik birçok farklı tanım bulunmaktadır. Yukarıda verilen bilgiler ışığında uluslararası sağlık turizmini genel olarak “sağlık hizmeti arayışında olan sağlık turistinin, geçici olarak bulunduğu ikametgâhı dışındaki bir ülkeden ihtiyaı olan sağlık hizmetini almasıdır” şeklinde tanımlayabiliriz.

2.1.2. Sağlık Turizminin Tarihsel Gelişimi

Sağlık turizmi olgusu, insanlık tarihi kadar eski bir geçmişe sahip olup, bireylerin sağlık arayışları amacıyla farklı coğrafyalara yönelmesi uzun bir süredir varlığını sürdürmektedir. Sağlık turizminin bilinen ilk örnekleri arasında, M.Ö. 4. yüzyılda Bergama'da sağlık tanrısı Asklepios adına inşa edilen Asklepion tıp merkezi öne çıkmaktadır. Bu merkez, M.S. 2. yüzyılda yapılan restorasyonun ardından, dönemin farklı bölgelerinden pek çok insan tarafından şıfa bulma amacıyla ziyaret edilen önemli bir sağlık merkezi haline gelmiştir. Antik Yunan medeniyetinde ise tıp tanrısı Aesculapius'a adanmış tapınaklar, dünyanın ilk organize sağlık merkezleri olarak kabul edilmekteydi (Eriş,2020; Reisman, 2010; Connell, 2006). Bu tapınaklar, antik dünyanın çeşitli bölgelerinden gelen bireylere hizmet sunarak, erken dönem sağlık turizmi hareketlerinin temelini oluşturmuştur. Hatta Yunan medeniyetine ait Asklepios Tapınakları, dünyanın ilk sağlık merkezi olarak anılmaktadır.

Sağlık amaçlı seyahatlerin kökenleri Antik ağ'dan da öncesine uzanmaktadır. Tunç dönemine ait bazı bulgular, Fransa ve Almanya gibi farklı medeniyetler arasında su kaynaklarını (banyo ve içme yoluyla) sağlık arayışında kullanma pratiğinin olduğunu göstermektedir (Kozak ve ark., 2013). Bu durum, farklı bölgelerdeki doğal kaynakların iyileştirici özelliklerine yönelik erken dönem inanışlarını ve buna bağlı seyahatleri işaret etmektedir.

Antik dönemlerden sonraki yüzyıllarda da sağlık odaklı seyahatler devam etmiştir. Örneğin, 1248 yılında Mısır'da inşa edilen Mansuri Hastanesi, 8000 hasta kapasitesiyle dönemin en büyük ve gelişmiş sağlık kurumlarından biri olarak farklı inanç ve coğrafyalardan insanlar için bir cazibe merkezi olmuştur (Lunt ve ark., 2011). 16. yüzyılda Avrupa'da Roma hamamlarının yeniden keşfiyle birlikte, spa kasabaları dönemin popüler sağlık turizmi destinasyonları haline gelmiştir (Smith & Puczko, 2009). Fransız İhtilali ve Sanayi Devrimi gibi sosyo-ekonomik değişimler de sağlık seyahatlerinin niteliğini ve ölçeğini etkilemiştir (elik, 2020). Dünya genelinde sağlık turizmi, tarihsel süreç içerisinde toplumsal, teknolojik ve ekonomik dinamiklere bağlı

olarak sürekli bir dönüşüm yaşamıştır. Antik çağlardan itibaren insanlar, şifalı sulardan ve dini merkezlerden sağlık bulmak amacıyla seyahat etmişlerdir. Modern anlamda sağlık turizminin temelleri ise 19. yüzyılda, sanayileşmenin hız kazanması ve ulaşım imkânlarının gelişmesiyle birlikte atılmıştır (Eriş & Barut, 2020). Özellikle Avrupa'da kaplıcalar, sanatoryumlar ve sağlık merkezleri, elit kesimlerin rağbet ettiği destinasyonlar haline gelmiştir. 20. yüzyılın ikinci yarısında, sağlık hizmetlerinin küreselleşmesi, teknolojik ilerlemeler ve refah düzeyindeki artış, insanların kaliteli ve uygun maliyetli sağlık hizmeti arayışıyla uluslararası seyahatlerini artırmıştır. 21. yüzyılda ise, medikal turizm, yaşlı ve engelli turizmi gibi alt başlıklarla çeşitlenen sağlık turizmi sektörü, birçok ülke için önemli bir ekonomik faaliyet alanı haline gelmiştir. Özellikle tıbbi teknolojiye ilişkin ilerlemeler, uluslararası akreditasyon sistemlerinin gelişmesi ve hava ulaşımındaki kolaylıklar, sağlık turizminin küresel ölçekte hızlı bir büyüme göstermesini sağlamıştır (Gülenç, 2023).

Günümüzde modern anlamda sağlık turizmi, tıbbi teknolojiye ilişkin ilerlemeler, ulaşım olanaklarının yaygınlaşması, küreselleşme ve sağlık hizmetlerine yönelik artan talep gibi faktörlerin etkisiyle önemli bir sektör haline gelmiştir. Özellikle gelişmiş ülkelerdeki yüksek sağlık maliyetleri, uzun bekleme süreleri ve bazı tıbbi prosedürlerin yasal olarak kısıtlanması gibi nedenler, bireyleri farklı ülkelere sağlık hizmeti almak amacıyla yönlendirmektedir. Aynı zamanda, gelişmekte olan ülkelerdeki nitelikli sağlık profesyonelleri ve rekabetçi fiyatlar da bu ülkeleri sağlık turizmi açısından cazip kılmaktadır (Çolakoğlu & Caner 2022).

Tablo 2.2. Sağlık turizminin geçmişi, günümüz ve geleceği

MÖ 4200	Sağlık iyileştirmeleri, hamamları ve kaplıcaları olan görkemli tapınaklar bulunmakta. Sümerler ilk kez bu çağın tapınaklarına evsahipliği yapmıştır.
MÖ 2000	İnsanlar mineral bakımından zengin suları içmek amacıyla bronz kaplar yapmışlardır. Bu suların içilmesi tedavide tercih edilen bir yöntem olmuştur.
MÖ 1500	Yunanlılar, şifa tanrısının onuruna Asclepla Tapınağını inşa ettiler. Buraya birçok hasta şifa bulabilmek için gelmiştir.
MÖ 300	Yunanlılar medikal hizmetleri geliştirmişlerdir. Saronik Körfezi'ndeki küçük bir yerleşim yerinde bulunan Epidauros Tapınağı egzersiz alanı, banyo, buhar banyosu, iyileştirmeye yönelik tarım gibi imkânları içermektedir.
12.yy 13.yy	Japon sıcak mineral kaynakları, savaşçıların mucizevi olduğuna inandıkları için dikkat çekti. Ayrıca Mısır hastaneleri de turistlerin ilgisini çekmektedir.
14.yy 15.yy	“Salute Per Aqua” (SPA) Fransa'nın Ville d'Eaux şehrinde demir yönünden zengin kaynak suyu için kullanılmıştır. SPA dünya çapında ilgi görmüştür
18.yy 19.yy	Bu dönemde verem, karaciğer rahatsızlıkları, gut ve bronşit sık görülen hastalıklardır. Sanatoryumlar hastanelerin temelidir ve çok fazla insan tedavi ve rahatlatma amacıyla gelmişlerdir.

20.yy	Küba göz cerrahisinde, Tayland plastik cerrahide, Orta Amerika dış tedavilerinde popüler olmuştur. Birçok ülke psikolojik tedavilerin ve alternatif tıbbın uygulandığı sağlık hizmetleri geliştirmişlerdir.
21.yy	Teknolojide kısıtlama olmamasıyla, tıpta uzmanlaşarak uluslararası hastaları kabul etmede rekabet başlamıştır ve bu modern medikal turizmin doğuşudur.
Mevcut Endüstri	Bu dönemde 50'den fazla ülke sağlık turizminin bir parçasıdır. Bunlar arasında Asya, Afrika, Orta Doğu ve Latin Amerika önemli bir konuma gelmiştir. Rekabet kalite, fiyat, bakım ve turizm faaliyetlerine dayanmaktadır.
Yakın Gelecek	Medikal turizmin ülkeler ve bölgeler arasında büyük avantajlara sahip olması bekleniyor. Uluslararası seyahatler önemli miktarda tasarruf sağlayacak ve sağlık hizmetleri kalitesi önemli bir kriter olacaktır.
Küresel Sağlık Hizmeti	Medikal turizm hareketi ile sadece hastalar değil, doktorlar, sağlık tesisleri, tamamlayıcı sağlık hizmetleri ve bilgi sınırları aşacaktır.

Kaynak: Jagyasi, 2010.

Tablo 2.2’de sağlık turizmin geçmişi, bugünü ve geleceği hakkında gözlem ve öngörüler verilmiştir. Bu tabloda, sağlık turizminin tarihsel gelişimini özetlemekte ve bu alanın antik dönemlerden günümüze kadar nasıl evrildiğini ortaya koymaktadır. Tapınaklar, kaplıcalar ve sanatoryumlar gibi yapılar tarih boyunca şifa arayışının merkezinde yer alırken; 20. yüzyıldan itibaren teknolojiyle birlikte ülkeler medikal uzmanlıkları doğrultusunda uluslararası hasta kabul etmeye başlamıştır. Günümüzde ise sağlık turizmi, maliyetin yanı sıra kalite, hız ve kültürel tercihler gibi çok boyutlu etkenlerle şekillenmektedir (Jagyasi, 2010).

Litaratürde de belirtildiği gibi; özetle sağlık turizminin tarihsel gelişimi, insanlığın sağlık arayışının kökenlerine kadar uzanmaktadır. Antik çağlardan beri bireyler ve gruplar, sağlıklarını koruma ve iyileştirme amacıyla seyahat etmişlerdir. Bu bağlamda, sağlık turizminin gelişimiyle de sağlık turizmi, salt tedavi odaklı olmaktan çıkarak, wellness, dinlenme ve eğlence unsurlarını da içeren çok yönlü bir sektör haline gelmiştir.

2.1.3. Sağlık Turizmi Çeşitleri

Sağlık turizmi; medikal turizm, termal/spa-wellness turizmi ve ileri yaş ve engelli turizmi olarak 3 farklı başlık altında ele alınmaktadır.

2.1.3.1. Medikal turizm

Medikal turizm, yalnızca sağlık hizmeti değil, aynı zamanda ülke imajı ve turizm geliri açısından da stratejik bir alan haline gelmiştir (Seyran, 2024). Medikal turizm bir niş olarak, tıbbi bakım almak için seyahat edilen bir endüstri haline gelmesi ile bu endüstrinin hızla büyümesinden doğmuştur. Son yıllarda, gelişmiş dünya ülkelerindeki uzun bekleme süresi, yüksek tedavi maliyetleri, uluslararası hava yolculuğunun ulaşılabilirliği ve uygun ekonomik döviz kurları nedeniyle çarpıcı bir şekilde büyümüştür.

İnternetin yükselişi ve yeni şirketlerin ortaya çıkmasıyla büyüme kolaylaştırılmıştır. Ayrıca, teknolojinin gelişimi, medikal turistler ile sağlık tesisleri arasında aracı olan firmalar ve yeni teknolojilerin benimsenmesi ile bazı ülkelerde hızla gelişen sağlık sistemleri nedeniyle de büyümüştür (Eriş, 2020; Çolakoğlu & Caner, 2022).

Medikal turizm, literatürde sıklıkla sağlık turizminin bir alt dalı olarak ele alınmakta ve tıbbi amaçlarla gerçekleştirilen seyahatler olarak tanımlanmaktadır. Bir tanıma göre medikal turizm, bireylerin yaşadıkları ülkede çeşitli nedenlerle alamadıkları sağlık hizmetlerini başka ülkelere seyahat ederek almalarıdır. Daha kapsamlı bir ifadeyle, medikal turizm, bireylerin tanı veya tedavi amacıyla ülke sınırları dışına seyahat etmesi olgusunu ifade eder. Bu seyahatlerin temelinde, bireylerin kendi ülkelerindeki sağlık hizmetlerinin yetersizliği, yüksek maliyetli olması, uzun bekleme süreleri, teknolojik donanım eksikliği veya daha iyi bir tedavi ortamı arayışı gibi çeşitli motivasyonlar yatmaktadır (Şahin & Uysal Şahin, 2018; Tontuş, 2015).

Medikal turizmin sağlık turizminden ayrılan temel özelliklerinden biri, içinde tıbbi müdahalenin yer almasıdır (Tontuş, 2015; Çolakoğlu & Caner, 2022). Bu bağlamda, medikal turizm biyomedikal hizmetleri kapsarken, sağlık turizmi genellikle tamamlayıcı tıp uygulamalarını da içerebilir. Ayrıca, medikal turizm hizmeti veren kuruluşlar genellikle hastane ve klinikler iken, sağlık turizmi kapsamında medikal olmayan tesisler de hizmet sunabilmektedir. Belirtmek gerekir ki, her medikal turizm etkinliği bir sağlık turizmi aktivitesi olmakla birlikte, her sağlık turizmi etkinliği medikal turizm aktivitesi değildir.

Köroğlu ve Tengilioğlu (2021) yaptıkları araştırma sonucunda, medikal turizmin maliyet, destinasyon, sağlık kurumları ve insan kaynakları olmak üzere dört ana bileşenden oluştuğunu ve bu bileşenlerin birbirine yakın öneme sahip olduğunu ifade etmişlerdir. Medikal turizmin kendine has bir müşteri portföyü bulunmakta olup, bu alanda sunulan hizmetler çeşitli teknik donanımları, nitelikli sağlık profesyonellerini ve uluslararası standartlara uygunluğu gerektirmektedir. Üstün ve Uslu (2022) sağlık turizmi açısından öncelikli olarak sağlık tesislerinin altyapı kalitesi ile uzman hekimlerin niteliklerinin ön plana çıkarılması gerektiğini ifade etmiştir. Ayrıca, tanıtım stratejilerinde ilk etapta hizmet kalitesine odaklanması, ardından uygun maliyet avantajları ve çevresel faktörlerin destekleyici unsurlar olarak ele alınması gerektiği vurgulanmaktadır. Medikal turizm kapsamında sunulan başlıca hizmetler arasında diş tedavisi, plastik cerrahi, planlı cerrahi işlemler (bypass, obezite cerrahisi, ortopedik cerrahi, cinsiyet değiştirme

operasyonları, transplantasyon vb.), üreme tedavileri, onkolojik tedaviler ve check-up hizmetleri sayılabilir (Tontuş, 2015).

Medikal turizm, hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerde yaygınlaşmaktadır (Tengilimoğlu & Zekioğlu, 2020). Medikal turizmin gelişmesine etki eden çeşitli faktörler bulunmaktadır. Bunlar arasında ülkeler arasındaki fiyat farklılıkları ve döviz kuru avantajları, sağlık harcamalarındaki artışlar, sağlık politikaları, teknolojik gelişmeler ve iletişim imkanlarındaki artışlar sayılabilir. Ayrıca, hastaların çevrimiçi platformlar aracılığıyla sağlık hizmetleri arasında karşılaştırma yapabilmesi ve artan gelir seviyesi de medikal turizme olan talebi artırmaktadır (Tontuş, 2015). Ayrıca Hall (2011), medikal turizmin yalnızca ekonomik fırsatları değil, aynı zamanda bireysel ve kamu sağlığı üzerindeki potansiyel riskleri de gündeme getirmiş ve bu risklerin yeterince değerlendirilmediğine dikkat çekmiştir.

Dünya genelinde medikal turizm hareketliliği giderek artmakta ve bu alanda rekabet eden ülkeler bulunmaktadır. Amerika Birleşik Devletleri, Almanya, Tayland, Hindistan ve Türkiye, medikal turizmde öne çıkan ülkeler arasında yer almaktadır. Türkiye, modern ve güçlü bir altyapıya sahip olması, yüksek kaliteli ve uygun fiyatlı sağlık hizmetleri sunması, nitelikli sağlık çalışanları ve turistik çekiciliği gibi nedenlerle medikal turistler tarafından tercih edilmektedir (Ekinci, 2020; Gülmez, 2020; Çam & Çılgınoğlu, 2021; Çolakoğlu & Caner, 2022).

Sonuç olarak, medikal turizm, küreselleşmenin etkisiyle sağlık hizmetlerinin uluslararasılaşmasının önemli bir göstergesi olarak ortaya çıkmış ve giderek büyüyen bir sektör haline gelmiştir. Hem hastalar için maliyet tasarrufu ve kısa bekleme süreleri sunması hem de ev sahibi ülkeler için ekonomik faydalar yaratması nedeniyle medikal turizm, dünya sağlık sisteminde önemli bir yer edinmektedir.

2.1.3.2. Termal turizm ve SPA/wellness turizmi

Termal turizm ve SPA/wellness turizmi, sağlık turizminin önemli birer alt bileşeni olarak kabul edilmektedir. Termal turizm, doğal kaynakların sağlıkla bütünleştiği sağlık turizmi türlerinden biridir (Tengilimoğlu & Bayram, 2020). Termal turizm, mineralize termal su banyosu, içme, inhalasyon ve çamur banyosu gibi çeşitli tedavi yöntemlerinin yanı sıra iklim kürü, fizik tedavi, rehabilitasyon, egzersiz, psikoterapi ve diyet gibi destekleyici tedavi yöntemlerini de içeren bir turizm türüdür. Bu turizm çeşidi, sadece termal su ile banyo yapmanın ötesine geçerek, uzman doktor kontrolünde etkin tedaviyi

eğlence, rekreasyon, dinlenme, spor gibi unsurlarla birleştirilerek insan sağlığını korumayı ve zinde kalmayı amaçlamaktadır (Uslu, 2020).

SPA (Salus Per Aquam) kavramı ise Latince kökenli olup "sudan gelen sağlık" anlamına gelmektedir ve literatüre bu şekilde geçmiştir. Wellness turizmi, daha geniş bir kavramı ifade ederek her türlü masaj, cilt bakımı, çamur banyosu, yosun tedavileri ve talassoterapi gibi uygulamaları kapsamaktadır (Uslu, 2020; Dursun, 2024a). Wellness, bireyin zihinsel, bedensel ve ruhsal olarak iyi olma halini ifade ederken, genellikle tıbbi bir müdahale içermemekte ve mevcut sağlık uygulamalarını tamamlayıcı bir anlayış sunmaktadır (Ergüven, 2015). Bazı kuruluşlar SPA turizmini wellness turizmi altında değerlendirirken, genel olarak wellness turizmi, bireyin kişisel refahını sürdürme veya geliştirme amacıyla yapılan seyahatler olarak tanımlanmaktadır (Uslu, 2020; Dursun, 2024a). Wellness turizmi, herhangi bir sağlık problemi bulunmayan sağlık turistlerinin, tamamen kendi tercihlerine bağlı olarak sağlıklı yaşamı destekleyici etkinliklere katılmak amacıyla seyahat etmeleri şeklinde tanımlanmaktadır (Weiermair & Steinhäuser, 2003).

Termal suların tedavi amaçlı kullanımı antik çağlara kadar uzanmaktadır. Roma döneminden beri bilinen termal kaynaklar, iyileştirici özellikleri nedeniyle tarihsel süreçte önemli bir yer edinmiştir. Günümüzdeki anlamıyla SPA terimi ise 14. ve 17. yüzyıl Rönesans Dönemi'nde ortaya çıkmıştır. Dolayısıyla, termal/SPA-wellness turizminin kökleri oldukça eskiye dayanmakta ve zaman içinde farklı kültürlerde ve medeniyetlerde sağlık ve şifa arayışının bir parçası olarak gelişmiştir (Tontuş,2015).

Sağlık turizmi spektrumunda termal ve SPA/wellness turizmi, fiziksel rehabilitasyon, estetik müdahaleler, dinlendirici aktiviteler ve stresin azaltılmasına yönelik uygulamalar gibi farklı motivasyonlara hitap eden geniş bir yelpazeyi temsil etmektedir. Bu turizm türü, sadece hastalıkların tedavisine odaklanmak yerine, sağlıklı bireylerin sağlığını koruma ve yaşam kalitelerini artırma amacını da taşımaktadır. Türkiye, jeotermal kaynakları açısından zengin bir potansiyele sahip olması nedeniyle termal turizmde önemli bir konuma sahiptir. Ancak, uluslararası standartlarda hizmet verebilecek yeterli sayıda tesisin olmaması, bu potansiyelin tam olarak değerlendirilmesinin önünde bir engel teşkil edebilmektedir Termal turizmde hizmet kalitesi ve altyapı yatırımları, ileri yaş grubundaki sağlık turistleri için temel belirleyicilerdendir (Dursun, 2024a).

Sonuç olarak, termal turizm ve SPA/wellness turizmi, hem tarihi derinliği hem de günümüzdeki sağlık ve iyi yaşam trendlerine uygunluğu ile sağlık turizminin dinamik ve önemli bir parçasını oluşturmaktadır. Bireylerin sağlığını koruma, geliştirme ve tedavi

etme arayışları doğrultusunda termal kaynaklardan ve SPA/wellness uygulamalarından faydalanmak amacıyla yapılan seyahatler, bu turizm türünün giderek daha da önem kazanmasına neden olmaktadır.

2.1.3.3. İleri yaş ve engelli turizmi

İleri yaş turizmi ve engelli turizmi, sağlık turizminin giderek önem kazanan ve potansiyel barındıran alt başlıkları olarak literatürde yer almaktadır (Bulgan & Çarıkçı, 2016; Bucak, 2020). İleri yaş turizmi, genellikle elli yaş ve üzerindeki bireylerin sağlıklarının korunması, ortaya çıkabilecek hastalıkların önlenmesi, tedavi ve tanıya yönelik farklı yerlere ve ülkelere yaptıkları seyahatler olarak tanımlanmaktadır (Câmara ve ark., 2024). Bu turizm türü, yaşlı bireylerin yaşam biçimlerine uygun, gereksinimlerine yanıt veren aktif, geliştirici ve yaşamı renklendirici bir seçenek sunmaktadır. Emekli olmaları ve zaman esnekliğine sahip olmaları gibi ekonomik faktörler de yaşlı nüfusun bu turizm türüne katılımını desteklemektedir. İleri yaş ve engelli bireylerin turizm faaliyetlerine katılımı giderek artmaktadır (Tengilimoğlu & Tosun, 2020). Gelişmiş ülkelerdeki yaşlı turistler, özellikle sağlık hizmetlerinin maliyetli olduğu durumlarda, gelişmekte olan ülkelerin pazarlarını oluşturmaktadır (Bucak, 2020). Engelli turizmi ise, bireylerin vatandaşlık ve insan hakları temelinde turizm hizmetine ulaşmasını konu edinen bir turizm çeşididir. Bu turizm türünde, engelli bireyler için kolaylaştırılmış fiziki imkanlara ve özel eğitilmiş personele ihtiyaç duyulmaktadır. Ulaşım, konaklama gibi temel turizm unsurlarının engelli bireylerin kullanımına uygun şekilde planlanması, engellilerin turizm içindeki potansiyelini artırmaktadır. (Uysal, 2020; Dursun, 2024a).

Hem ileri yaş hem de engelli turizmi açısından hizmet verilebilecek yerler arasında klinik oteller, tatil köyleri ve rekreasyon alanları sayılabilir. Bu tesislerde sunulan hizmetler, sağlık turizminin yanı sıra, gidilen ülkeyi gezme imkanı sunarak bu turizm türlerini daha çekici kılmaktadır. Yaşlı ve engelli turistler için sunulacak hizmetlerde fizik tedavi ve iyileştirme hizmetleri, evde bakım hizmetleri ve klinik bakım gibi unsurlar önem taşımaktadır. Ayrıca, engelli bireyler için tekerlekli sandalye kullanımına uygun alanlar, işitme cihazları için özel kulaklıklar, altyazı veya işaret dili olanakları gibi erişilebilirlik düzenlemelerinin yapılması gerekmektedir. Türkiye, coğrafi konumu, iklim koşulları ve uygun fiziki mekanlara sahip bölgeleri sayesinde ileri yaş ve engelli turizmi için önemli bir potansiyele sahiptir. Yaşlı ve engelli turizmi, sağlık hizmet sunumunun pahalı olduğu ülkelerdeki bu gruptaki bireylerin daha uygun maliyetli tedavi, bakım ve sağlıklı yaşam hizmetleri almak amacıyla seyahat etmeleri şeklinde

gerçekleşmektedir (Tontuş, 2015). Bu durum, ilgili ülkelerin sosyal güvenlik ve emeklilik sistemlerini de yakından ilgilendirmektedir.

Sonuç olarak, ileri yaş ve engelli turizmi, demografik değişimler ve artan farkındalıkla birlikte sağlık turizmi sektöründe önemli bir büyüme potansiyeline sahip niş pazarlar olarak değerlendirilmektedir.

2.1.4. Dünyada Sağlık Turizmi

Tarihsel olarak, sağlık turizmi amacıyla ülke dışına seyahat etme hareketliliğin ilk önce tedavinin mevcut veya yetersiz olduğu, gelişmekte olan ya da az gelişmiş ülkelere gelişmiş ülkelere doğru olduğu görülürken; günümüzde bu yolun tam aksine gelişmiş ülkelere gelişmekte olan ülkelere doğru bir yönelme görülmektedir (Yalçın, 2013). Dünya genelinde hızla artan yaşlı nüfus, medikal turizmin gelişimine yol açan en önemli etkenler arasında yer almaktadır. Bilhassa batı ülkelerinde, yaşlı bireylerin sağlık ihtiyaçlarının yeteri kadar karşılanmaması veya ihtiyaç duydukları tedavi ücretlerinin pahalı olması, yaşlıları sağlık hizmeti almak amacıyla farklı ülkelere yönlendirmektedir (Lee ve Spisto, 2007). Sağlık turizmi destinasyonları, kazançlı ekonomik gelir getirisi nedeniyle geliştirilmiştir (Wong ve ark., 2014). Ayrıca sağlık turizminin dünyadaki gelişimi bu alanda farklı turizm politikaları ile desteklenmektedir (Güzel Şahin & Tuzukaya, 2020). Sağlık turizminin gelişiminde, gelişmiş ülkelerdeki sağlık sistemlerinin maliyet ve bekleme süresi gibi sorunları ile ulaşım ve dijital iletişim teknolojilerinin ilerlemesi önemli bir itici güç olarak öne çıkmaktadır (Özkan, 2020; Tengilimoğlu, 2020).

Asya'daki medikal turizm destinasyonları düşük maliyet avantajlı satış noktalarından biri olsa da, küresel pazardaki son kur dalgalanmaları maliyet avantajını azaltıyor. Ayrıca, son yıllarda Avrupa, Orta Doğu ve Güney Amerika medikal turizm destinasyonlarının yükselişi, yüksek harcama yapan Batılı medikal turistleri cezbediği için Asya destinasyonlarına doğrudan tehdit oluşturmaktadır. Bundan dolayı, Asya destinasyonlarının medikal turistlerin beklentilerini ve gereksinimlerini karşılama veya aşma yeteneği, medikal turizm gelişiminin sürdürülebilirliğini sağlamak için çok önemlidir (Wong ve ark., 2014).

Zarei ve Maleki (2019) Asya ülkelerinde medikal turizm pazarlaması ile ilgili 2000'den 2017'ye kadar olan makaleleri incelemişlerdir. Medikal turizmin önündeki en büyük engeller:

- Medikal turizm paydaşları arasındaki koordinasyonun eksikliği
- Tıbbi hizmet kalitesinin yetersiz olması

- Sigorta kapsamı
- Yasaların eksikliği olarak belirlemiştir.

Wong ve arkadaşları (2014), medikal turizm destinasyonu SWOT (Strengths, Weakness, Opportunities, Threats) analizi: Bir Örnek Olay. Tayland, Malezya, Singapur ve Hindistan ülkelerini değerlendirmişlerdir. Yaptıkları analiz sonuçlarına göre; Malezya para deneyimi için bir değer sunarken, Singapur sofistike tıbbi teknolojisinin altını çiziyor. Hindistan, bütünsel tıbbi hizmetlerle benzersiz bir konumdadır ve Tayland'ın konukseverlik hizmetleri, bölgedeki rakipleriyle eşleşmemektedir. SWOT analizi, Malezya'nın yüksek harcama yapan hastaları çekmek için niş tedavide, ileri teknolojilerde ve tıbbi mükemmellikte daha fazla değer yaratımına ihtiyaç duyduğunu göstermektedir. Pazar lideri olan Tayland, olumlu destinasyon imajını yeniden kazanmak için güçlü kampanyalara ihtiyaç duyduğunu ifade etmiştir. Hindistan, düşük maliyet avantajını tamamlamak için altyapısını, hijyenik ortamını ve güvenlik koşullarını iyileştirmesi gerektiğini belirtmiştir.

Filipinler, Tayland, Malezya, Hindistan ve Singapur gibi medikal turizm destinasyonlarına ek olarak Kore, Ürdün, Birleşik Arap Emirlikleri ve İsrail gibi diğer Asya ülkeleri yeni tercih edilen medikal turizm destinasyonları olarak ortaya çıkmakta ve medikal turizm alanında çok fazla rekabet yaratmaktadır (Yu ve Ko, 2012).

Uluslararası arenada marka olmuş pek çok ülke bulunmaktadır. Örneğin; Kosta Rika ve Küba tüp bebek tedavisi ve göz cerrahisi alanlarında, Macaristan diş tedavisinde, Belçika obezite ve estetik cerrahi tedavisinde ilk akla gelen ülkeler arasında yer almaktadırlar (Yalçın, 2013). 70'li yıllarda Tayland'da cinsiyet değişimi operasyonları ile başlayan medikal turizm hareketliliği daha sonraki yıllarda da estetik cerrahiye öncelikli olarak yönelim göstermiştir (Tontuş, 2015).

Medikal turizm pazarında talebin yoğunlaştığı bölgeler Batı Avrupa, Kuzey Amerika ve Orta Doğudur. Avrupalılar Hindistan, Malezya ve Tayland gibi ülkeleri tercih etmektedir. Ortadoğu pazarına hakim olan Malezya İslami referansı neden olmaktadır. Singapur ise Japon pazarının başlıca destinasyonlarından biri konumundadır. Diğer taraftan Kosta Rika, Küba ve Kolombiya doğal olarak Orta Amerika pazarına odaklanmıştır. Meksika ise sağlık turistlerinin çoğunluğunu ABD'deki Kaliforniya, Arizona, New Meksiko gibi komşu eyaletlerden almaktadır. Avustralya çıkışlı hastaların en sık tedavi amaçlı ziyaret ettikleri ülkeler ise Singapur, Tayland ve Malezya olmaktadır (Tontuş, 2015). Asya ülkelerindeki medikal turistler en fazla diğer Asya ülkelerini (%93), Afrika ülkelerindeki medikal turistler ağırlıklı olarak Asya ülkelerini(%95), Latin

Amerika'daki medikal turistler Kuzey Amerika'yı (%87), Avrupa'daki medikal turistler Asya (%39) ve Kuzey Amerika'yı (%33) tercih etmektedirler (Ehrbeck ve ark., 2008).

Gill & Singh (2011) çalışmalarında medikal turistlerin kararını etkileyen en önemli faktörleri; alanında uzman doktorlar, medikal hizmetlerin yüksek kalitesi ve ihtiyaç durumunda acil medikal tedavi faktörlerinin olması olarak belirtirken bu kişilerin bilgi edinmek için sırasıyla; online araştırma, aile hekimi tarafından yapılan öneri, aile ve arkadaş önerisi, hastane referansı, en düşük oranda ise tur videoları, televizyon haberleri ve basılı broşürlere göre gideceği ülkeye karar verdiğini belirtmiştir.

2.1.5. Türkiye'de Sağlık Turizmi

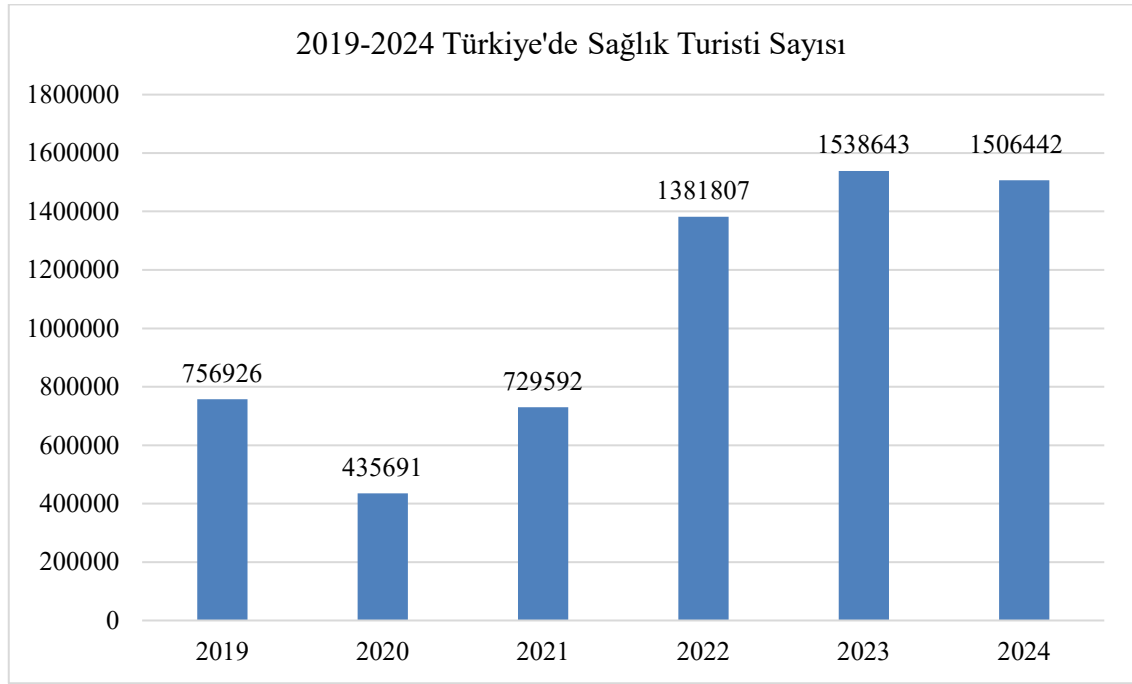
Türkiye, zengin tarihi ve kültürel mirası, elverişli iklim koşulları ve doğal güzellikleriyle yüksek bir turizm potansiyeline sahiptir. Bu avantajlarına ek olarak, modern tıbbi teknolojilerle donatılmış sağlık tesisleri ve alanında uzmanlaşmış profesyonelleri sayesinde, sağlık turizmi alanında da önemli bir destinasyon haline gelmiştir (Bulut & Şengül, 2019).

Türkiye'de sağlık turizminin gelişimi, belirli dönemlerde önemli aşamalar kaydetmiştir. Yapılan araştırmalara göre, 1990-2000 yılları arasında sağlık turizmi gündeme gelmiş ve tartışılmaya başlanmıştır. 2000-2005 döneminde medya, sağlık turizmini daha sık ele almıştır. 2005-2008 yılları arasında medikal turizm ön plana çıkarken, 2005-2010 yılları arasında sivil toplum kuruluşları (STK), kamu ve özel sektörün sağlık turizmi farkındalığı artmıştır. 2010-2014 yıllarında ise sağlık turizmi, stratejik eylem planlarına dahil edilmiştir (Unutmaz, 1994; Acar & Turan, 2016; Gülenç, 2023).

Bu süreçte, 2010 yılında Sağlık Bakanlığı bünyesinde Sağlık Turizmi Koordinatörlüğü oluşturulmuş ve aynı yıl sağlık turizmi ile ilgili mevzuat değişiklikleri yapılmıştır. 2011 yılında "Sağlık Turizmi ve Turistin Sağlığı Kapsamında Sunulacak Sağlık Hizmetleri" hakkında genelge yayımlanmıştır. 13 Temmuz 2017 tarihinde ise "Uluslararası Sağlık Turizmi ve Turistin Sağlığı Hakkında Yönetmelik" yürürlüğe girmiştir (T.C. Sağlık Bakanlığı, 2025).

Türkiye'nin sağlık turizmi, ulusal kalkınma planlarında da önemli bir yer edinmiştir (Dursun, 2024b). On Birinci Kalkınma Planı'nda, Sağlık Bakanlığı, Ticaret Bakanlığı ve Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın stratejik planlarında sağlık turizmi hedefleri belirlenmiş ve Cumhurbaşkanlığı yıllık programlarında bu hedeflere yer verilmiştir (Gülenç, 2023).

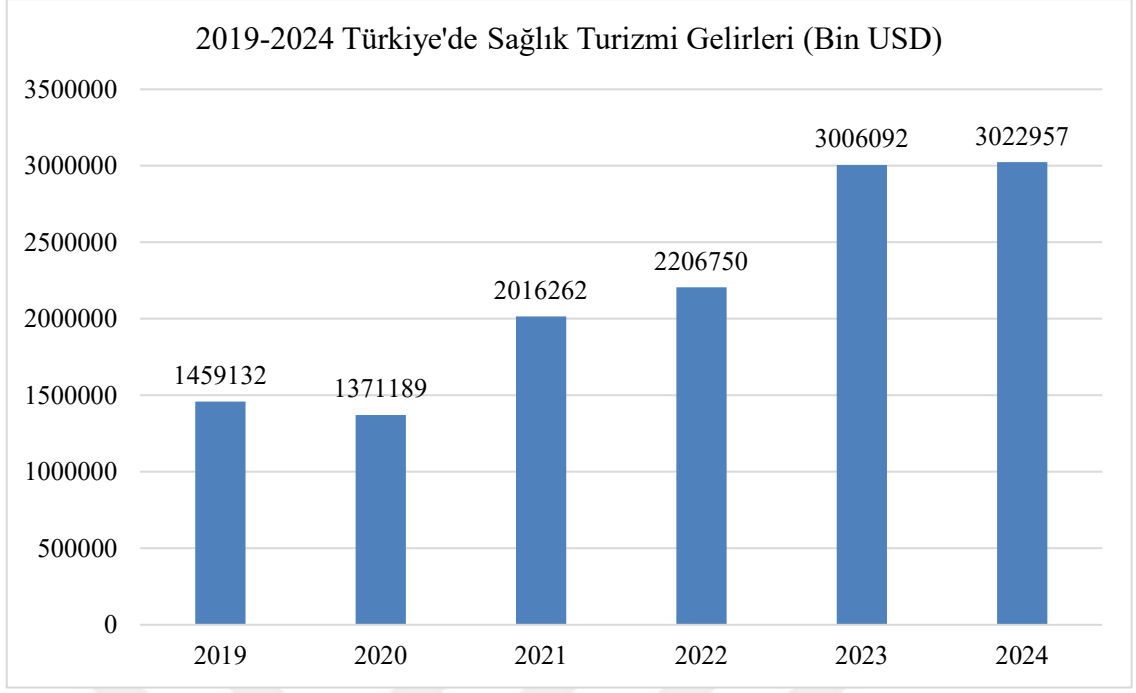
Sağlıkta Dönüşüm Programı sonrasında, Türkiye'de sağlık hizmetlerine erişim ve sunulan hizmetlerin kalitesi önemli ölçüde artmıştır. Bu başarı, Türkiye'yi sağlık alanında dünya çapında bir rol model haline getirmiştir. Bu gelişmeler doğrultusunda, son yıllarda Türkiye sağlık turizmi alanında önemli ilerlemeler kaydetmiş ve sağlık turizmi devlet politikası haline gelmiştir (Bulut & Şengül, 2019).



Şekil 2.1. 2019-2024 sağlık turisti sayısı

(Kaynak: USHAŞ,2025)

Şekil 2.1.'de 2019-2024 yılları arasında Türkiye'ye sağlık hizmeti almak amacıyla gelen sağlık turistlerinin sayısını göstermektedir. 2020 yılında, küresel salgının etkisiyle sağlık turisti sayısında belirgin bir azalma yaşanmış olsa da 2021 yılından itibaren sağlık turisti sayısında güçlü bir artış yaşanmış ve 2024 yılında 1.506.442 sağlık turisti Türkiye'den sağlık hizmetini aldığı görülmektedir. Bu artış, Türkiye'nin sağlık turizmi alanındaki cazibesinin ve uluslararası alandaki rekabet gücünün de bir göstergesidir.



Şekil 2.2. 2019-2024 Türkiye'de sağlık turizmi gelirleri (Bin USD)
(Kaynak: USHAŞ,2025)

Şekil 2.2.'de 2019-2024 yılları arasında Türkiye'ye sağlık turizmi amacıyla gelen yabancı ziyaretçilerden elde edilen sağlık turizmi gelirlerini göstermektedir. 2019 yılında 1.459.132 bin ABD Doları gelir elde edilirken, 2020 yılında salgının etkisiyle bu gelirden bir düşüş yaşanmış ve 1.371.189 bin ABD Doları'na gerilemiştir. Ancak takip eden yıllarda, özellikle 2023 ve 2024 yıllarında gelirden kayda değer bir artış gözlemlenmiştir. 2024 yılı itibarıyla sağlık turizmi gelirleri 3.022.957 bin ABD Doları'na ulaşmış ve Türkiye'nin sağlık turizmi sektörü büyük bir ekonomik katkı sağlamıştır.

Ticaret Bakanlığı verilerine göre, 2024 yılı itibarıyla Türkiye, uluslararası kabul gören akreditasyona sahip 40 sağlık kuruluşuyla, medikal turist tercihlerinde dünya genelinde sıralamada 7'inci sırada yer almaktadır. Başta Orta Doğu ülkeleri olmak üzere Almanya, Birleşik Krallık, Rusya, Azerbaycan, Kazakistan, Türkmenistan, Özbekistan ve Afganistan, Türkiye'ye en fazla sağlık turisti gönderen ülkeler arasında bulunmaktadır (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2024).

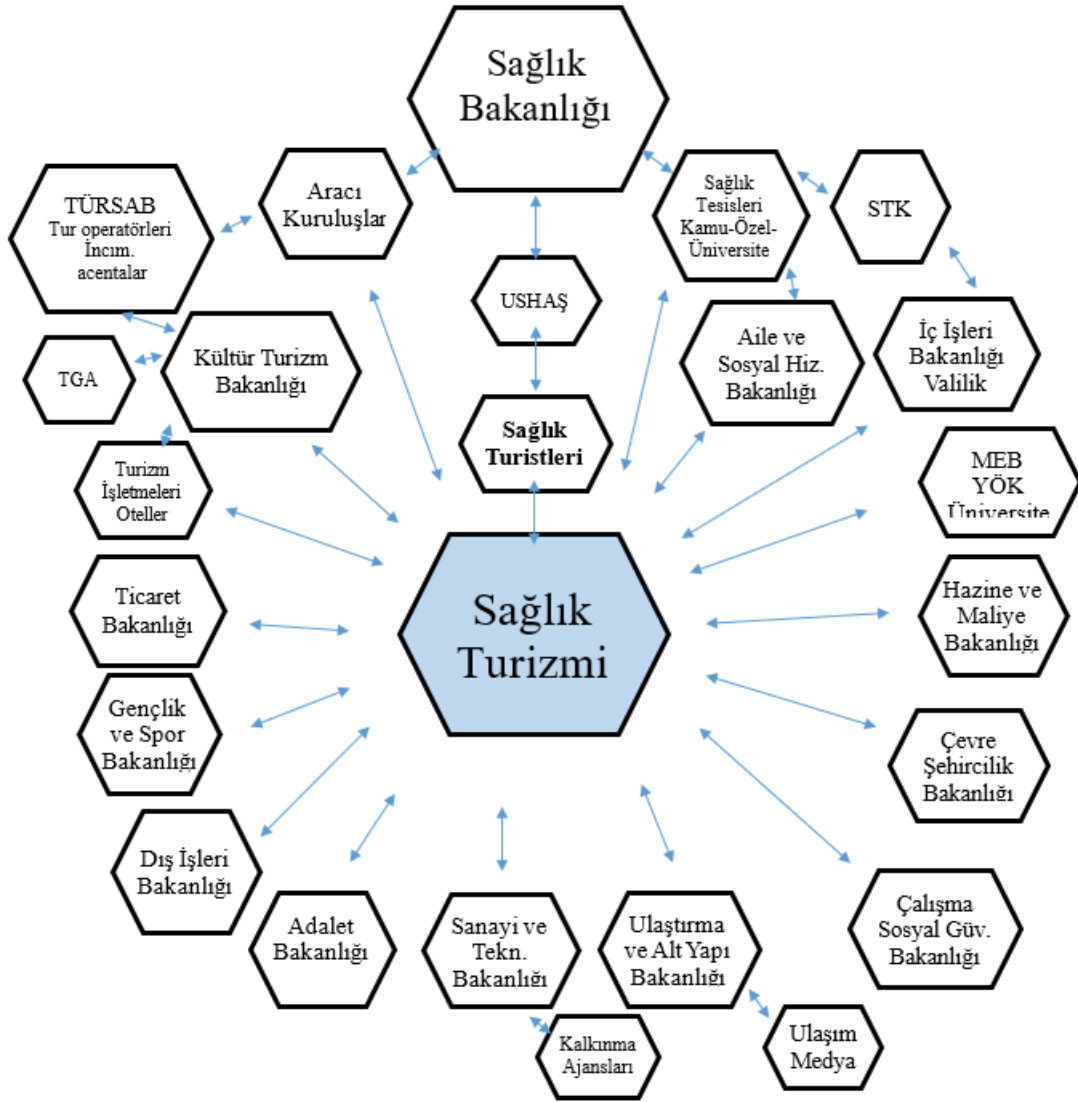
2.2. Sağlık Turizmi Sektöründe Faaliyet Gösteren Kurumlar

Sağlık turizmi, bireylerin sağlık hizmetleri almak amacıyla bir ülkeden diğerine gerçekleştirdiği planlı seyahatleri kapsayan, multidisipliner bir yaklaşımla yönetilen ve son yıllarda hızla büyüyen bir sektördür. Bu sektörde faaliyet gösteren kurumlar, sağlık hizmetlerinin sunumundan lojistik desteğe, pazarlamadan sigortacılığa kadar geniş bir

yelpazede rol oynar. Türkiye gibi coğrafi konumu, sağlık altyapısı ve turizm kapasitesiyle öne çıkan ülkelerde, bu kurumların etkin yönetimi, sektörün gelişiminde önem arz etmektedir. Ayrıca sağlık turizminin tüm çeşitlerinin birbiri ile entegrasyonun sağlanması ve tüm sağlık turizmi paydaşlarının işbirliği ile ortak faaliyetlerde bulunarak geliştirilmesi gerekmektedir (Oruç ve ark., 2024). Sağlık turizmi alanında etkili örgütlenme, hem hasta memnuniyetini hem de kurumsal sürdürülebilirliği artırmaktadır (Ekinci, 2020; Seyran & Ergün, 2024). Sağlık turizmi sektöründe faaliyet gösteren kurumlar, hem kamu hem de özel sektörden paydaşları içermekte olup, bu paydaşların işbirliği ve koordinasyonu, sektörün büyümesi ve sürdürülebilirliği için temel bir gerekliliktir (Övey & Caner 2024).

Şekil 2.3’de, Türkiye’de sağlık turizmi paydaşları gösterimi yer almaktadır (Övey & Caner 2024). Türkiye’de uluslararası sağlık turizmi ciddi bir ivme kazanmış olup devlet politikası haline gelmiş ve ülke hedefi olarak bu alanda dünyada ilk sıralarda yer alarak bir marka haline gelmek, sağlık turisti sayısını ve gelirlerini artırmak ülke hedefleri arasında yerini almıştır (Sağlık Bakanlığı Stratejik Plan, 2025). Paydaşlar Bakanlık düzeyinde gösterilmiş olup, yapısına, sektörüne ve stratejisine göre görev ve alt grupları değişebilir. Şekil2.3’de görüldüğü gibi paydaşlar sağlık turizmini etkilerken aynı zamanda kurumun faaliyetlerinden de etkilenmektedir. Bu durum çift yönlü oklar ile gösterilmeye çalışılmıştır.

Ticaret Bakanlığı, Türkiye’nin hizmet ihracatını artırmak ve küresel pazarlardaki rekabet gücünü geliştirmek amacıyla sektör ve ülke bazlı analizler yaparak hizmet ticaretini uluslararası aştırmaya yönelik çalışmalar yürütmekte; ticaret ve alım heyetleri ile yurtdışı fuar ve sergilere ilişkin esasları belirlemektedir. Pazar çeşitlendirmesini sağlamak amacıyla markalaşma ve kümelenme odaklı destek programları tasarlamakta, ilgili mevzuatı hazırlamakta ve uygulamaktadır. Bakanlık ayrıca, hizmet ihracatçılarını öne çıkan pazarlar hakkında bilgilendirmekte ve potansiyel hizmet alanlarına yönlendirmektedir. EXPO, fuar, kongre, seminer gibi tanıtım organizasyonları yoluyla Türk hizmet sektörlerinin uluslararası düzeyde tanıtımına yönelik faaliyetleri planlamakta ve koordine etmektedir (Ticaret Bakanlığı, 2025a).



Şekil 2.3. Türkiye’de sağlık turizmi paydaşları
(Kaynak: Övey & Caner, 2024)

T.C. Sağlık Bakanlığı, sağlık hizmet sunumu, tesislerin yetkilendirilmesi ve denetlenmesi gibi temel görevleri üstlenmektedir. USHAŞ, Sağlık Bakanlığı'na bağlı olarak tanıtım, eğitim ve işbirliği görevleri üstlenmekte; aynı zamanda aracı kurumlara yetki belgesi verme yetkisini de yürütmektedir. Ticaret Bakanlığı, sağlık hizmet ihracatının geliştirilmesi kapsamında sektöre reklam, tanıtım, eğitim, personel istihdamı ve hasta yol desteği gibi birçok kalemdede teşvik sunmaktadır. Kültür ve Turizm Bakanlığı ile TGA (Turizm Geliştirme Ajansı) ise tanıtım ve destinasyon yönetimi açısından önemli paydaşlardır. Sağlık turizmi sektöründe faaliyet gösteren kurumlar, hastaneler, tıp merkezleri, poliklinikler, muayenahaneler, sağlık merkezleri gibi tüm sağlık kurumları, aracı kuruluşlar, sigorta şirketleri, turizm acenteleri, devlet kurumları ve STK gibi çeşitli

yapıları kapsar. Bu kurumlar, sağlık turistlerine hizmet sunma sürecinde farklı sorumluluklar üstlenir. Örneğin, hastaneler ve klinikler doğrudan sağlık hizmeti sunarken, turizm acenteleri ve aracı kuruluşlar lojistik destek ve organizasyonel kolaylıklar sağlar. Devlet kurumları ise teşvik politikaları, düzenlemeler ve altyapı geliştirme gibi stratejik roller oynar. Bu kurumlar Türkiye'nin sağlık turizmi potansiyelini artırmakta ve ülkeyi bu alanda öne çıkaran önemli bir faktör haline getirmektedir (Övey & Caner 2024).

Bu doğrultuda; sağlık turizmi sektöründe faaliyet gösteren kurumların sağlık turizmi destekleri farkındalık düzeyinin incelenmesi amaçlanmıştır. Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanlığı tarafından Uluslararası Sağlık Turizmi Yetki Belgesi ile yetkilendirilmiş sağlık tesisleri ve aracı kurumlar ile sağlık turizmi sektöründe faaliyet gösteren iş birliği kuruluşlarına Ticaret Bakanlığı tarafından sağlık turizmi sektörüne yönelik destekler sunulmaktadır. Sağlık turizmi faaliyeti yürüten sağlık tesisleri, aracı kuruluşlar ve iş birliği kuruluşlarına yönelik destekler, sağlık turizmi sektöründe faaliyet gösteren kuruluşlara büyük bir motivasyon ve rekabet avantajı sağlamaktadır. Bu da Türkiye'nin sağlık turizmi alanında büyümesini sürdürmesine ve uluslararası arenada rekabet edebilir konumda olmasına olanak tanımaktadır.

2.2.1. Uluslararası Sağlık Turizmi Sağlık Tesisi Yetkinlik Kriterleri

Uluslararası sağlık turizmi, bireylerin kendi ülkeleri dışındaki bir destinasyonda sağlık hizmetleri alması olarak tanımlanmaktadır. Bu alanda faaliyet gösteren sağlık tesislerinin uluslararası alanda rekabet edebilmesi ve hastalara güvenilir hizmet sunabilmesi için belirli yetkinlik kriterlerini karşılaması zorunludur. Türkiye'de uluslararası sağlık turizmi hizmetlerinin düzenlenmesi ve bu alanda faaliyet gösterecek sağlık kuruluşlarının yetkilendirilmesi, 26 Nisan 2025 tarihli ve 32882 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren “Uluslararası Sağlık Turizmi ve Turistin Sağlığı Hakkında Yönetmelik” ile belirlenen usul ve esaslara tabidir. Bu yönetmelik çerçevesinde, uluslararası sağlık turizmi kapsamında faaliyet gösterecek sağlık tesislerinin Uluslararası Sağlık Turizmi Yetki Belgesi (USTYB) alması zorunlu kılınmıştır. Yetki belgesi bulunmayan sağlık tesislerinin uluslararası sağlık turizmi faaliyetleri durdurulmakta, belgesiz faaliyetler yasaklanmaktadır.

Bu bağlamda, Türkiye'de uluslararası sağlık turizmi sağlık tesisi olarak yetkilendirilmek isteyen kuruluşların temel yetkinlik kriterlerini karşılaması gerekmektedir (Resmî Gazete, 2025). Bu kriterler, hasta güvenliğini, hizmet kalitesini ve

uluslararası hastalara yönelik özelleşmiş ihtiyaçların karşılanmasını temin etmeyi hedeflemektedir.

Uluslararası Sağlık Turizmi Yetki Belgesi almak isteyen sağlık tesislerinin değerlendirildiği temel yetkinlik alanları ve bu alanlara ilişkin kriterler aşağıda detaylandırılmıştır:

1. Sağlık Tesisi Ruhsat, Sertifika ve Akreditasyon

Uluslararası sağlık turizmi sağlık tesisi olarak yetkilendirilecek kuruluşların öncelikle sağlık tesisi ruhsatına sahip olmaları gerekmektedir (Resmî Gazete, 2025). Başvuru sürecinde, başvuru sahibi kuruluşun Bakanlıkça verilmiş ruhsat veya geçici ruhsat ve faaliyet izin belgesi örneği sunulmalıdır. Ruhsat, tesisin temel tıbbi hizmetleri sunma yeterliliğini ve yasal düzenlemelere uygunluğunu gösteren kritik bir ön koşuldur.

Akreditasyonlar sağlık turizmi alanında kalite güvencesi sağlama ve hasta güvenini artırmada önemli bir kriter olduğu ifade edilmektedir (Karahan, 2020; Akpınar, 2023, Evren Subaşı & Bolaç, 2024). Hizmet kalitesinin güvence altına alınması amacıyla, ilgili yönetmelik gereğince başvuran sağlık tesisinin yapılan son sağlıkta kalite değerlendirmesinden asgari 85 puan almış olması şartı aranmaktadır (Resmî Gazete, 2025). Bu kriter, tesisin belirli kalite standartlarını karşıladığını ve sürekli iyileştirme çabası içinde olduğunu göstermektedir. Kalite puanını gösteren belgenin başvuru evrakları arasında sunulması gerekmektedir. Türkiye Sağlık Hizmetleri Kalite ve Akreditasyon Enstitüsü (TÜSKA) tarafından verilen akreditasyon belgesine sahip olmaları zorunludur. Özellikle hastane, tıp merkezi, tıbbi laboratuvar ve diyaliz merkezi gibi tesislerde TÜSKA akreditasyonu aranmakta; diğer tesisler için Sağlık Bakanlığı sertifikası yeterli olmaktadır. Bu düzenleme, hizmet kalitesinin uluslararası standartlara uyumlu olmasını amaçlamaktadır.

2. Uluslararası Sağlık Turizmi Birimi (USTB)

Uluslararası sağlık turistlerinin özel ihtiyaçlarını karşılamak ve süreçleri etkin bir şekilde yönetmek amacıyla, sağlık tesislerinde Uluslararası Sağlık Turizmi Birimi (USTB) kurulması zorunludur. USTB, uluslararası hastaların kabulü, kaydı, teşhisi, tedavisi, faturalandırılması, taburculuğu, tercümanlık hizmetleri ve aracılı kuruluşlarla ilgili iş ve işlemlerin koordinasyonundan sorumludur. Bu birimde görev alacak personelin:

- En az birinin yabancı dil bildiğini belgelendirmesi (B2 düzeyi veya eşdeğer belge),

- Bilgilerinin EKİP (Entegre Kurumsal İşlem Platformu) üzerinden İl Sağlık Müdürlüğü'ne bildirilmesi,
- Başvuran her uluslararası sağlık turisti için, USTB'de çalışan bir sorumlu personel atanarak Portal sistemine kaydedilmesi zorunludur (Resmî Gazete, 2025).

3. İletişim ve Bilgi Aktarım Sistemleri

Uluslararası hastaların tedavi süreçlerine ilişkin bilgiye erişimini kolaylaştırmak amacıyla, sağlık tesislerinin belirli iletişim ve bilgi aktarım sistemlerine sahip olması gerekmektedir. Sağlık tesisinin internet sitesinde, tedavi görecekt doktorların mesleki geçmişi hakkında bilgiye erişilebilmesi için gerekli altyapının bulunması zorunludur (Resmî Gazete, 2025). Bu, hastaların doktorlar hakkında önceden bilgi edinmelerini ve güven oluşturmalarını sağlar.

Ayrıca, sağlık tesisinin uluslararası sağlık turistinin tesise gelmeden önce, tedavi göreceği doktordan hastalığıyla ilgili geniş bilgi alabileceği ve tedavi planını öğrenebileceği bir iletişim ve bilgi aktarım sistemine sahip olması gerekmektedir (Resmî Gazete, 2025). Bu, hastaların tedavi süreçlerine aktif katılımını ve bilgilendirilmiş karar vermelerini destekler. Sağlık tesislerinin, uluslararası sağlık turistlerine sundukları hizmetlere ilişkin verileri, Bakanlığın kayıt-tescil sistemine entegre bir sağlık bilgi yönetim sistemi kullanarak kaydetmeleri ve arşivlemeleri zorunludur (Resmî Gazete, 2025). Ayrıca bu veriler, 6698 sayılı Kişisel Verilerin Korunması Kanunu ile 3359 sayılı Sağlık Hizmetleri Temel Kanunu hükümlerine uygun şekilde işlenmelidir.

4. İletişim, Bilgi Aktarımı ve Web Sitesi

Sağlık tesislerinin uluslararası hastalar için bilgi aktarım sistemleri kurması, tanıtım ve iletişim amacıyla Türkçe ve İngilizce dillerinde olmak üzere en az iki dilli bir web sitesine sahip olması gerekmektedir (Resmî Gazete, 2025). Bu web sitesinde:

- Sağlık tesisinin sunduğu hizmetler,
- Tedavi görecekt hekimlerin nitelikleri,
- Ulaşım ve iletişim bilgileri,
- Sunulan hizmetlere ilişkin bilgilendirme ve güncellemelerin bulunması zorunludur.

5. Komplikasyon Sigortası Zorunluluğu

Uluslararası sağlık turizmi kapsamında ameliyathane ortamında gerçekleştirilecek her türlü cerrahi ve girişimsel işlem için sağlık tesisinin komplikasyon sigortası yaptırması zorunlu hale getirilmiştir (Resmî Gazete, 2025).

6. Hasta Hakları ve Bilgilendirme

Sunulan sağlık hizmetlerine ilişkin olarak uluslararası hastalara:

- Tedavi süreci hakkında detaylı bilgi verilmesi,
- Hastaların onamının alınması,
- Tıbbi belgelerin ve taburculuk sonrası önerilerin hastanın anlayabileceği bir dilde sunulması gerekmektedir.

7. Sağlık Turizmi Portalı Kaydı ve Takibi

Uluslararası sağlık turisti kabul eden her sağlık tesisi, hastaya atanan sorumlu personel ve hizmet süreçleri ile ilgili bilgileri Bakanlık tarafından kurulan **HealthTürkiye Portalı** üzerinden kaydetmek ve güncellemekle yükümlüdür (Resmî Gazete, 2025).

26 Nisan 2025 tarihli ve 32882 sayılı Resmî Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren “Uluslararası Sağlık Turizmi ve Turistin Sağlığı Hakkında Yönetmelik”e göre, sağlık tesislerinin uluslararası sağlık turizmi alanında yetkilendirilebilmesi için yalnızca hizmet altyapısı değil, aynı zamanda kalite belgeleri, sigorta yükümlülükleri, kayıt ve bildirim süreçleri ve portal entegrasyonu gibi bir dizi kriteri de sağlaması gerekmektedir. Bu şartları karşılayan tesisler, Sağlık Bakanlığı tarafından düzenlenen Uluslararası Sağlık Turizmi Yetki Belgesi’ni alarak yasal olarak faaliyet gösterebilmekte ve Türkiye’nin sağlık turizmindeki rekabet gücüne katkı sunmaktadır.

2.2.2. Uluslararası Sağlık Turizmi Aracı Kurum Yetkinlik Kriterleri

Uluslararası sağlık turizmi, sınır ötesi hareketlilik gösteren bireylerin tedavi, bakım ve sağlık hizmetleri almak amacıyla farklı ülkelere seyahat etmelerini ifade etmektedir. Bu dinamik alanda, uluslararası sağlık turizmi aracı kurumları, sağlık turistleri ile sağlık hizmeti sunucuları arasında köprü görevi görerek önemli bir rol üstlenmektedirler. Bu kurumlar, uluslararası hastaların seyahat, konaklama, transfer ve sağlık hizmetlerine erişimini kolaylaştırmakta, böylece sağlık turizmi ekosisteminin etkin bir şekilde işlemesine katkıda bulunmaktadır.

Türkiye’de uluslararası sağlık turizmi aracılık faaliyetlerinin düzenlenmesi ve bu alanda faaliyet gösterecek kuruluşların yetkilendirilmesi, 26 Nisan 2025 tarihli ve 32882 sayılı Resmî Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren “Uluslararası Sağlık Turizmi ve Turistin Sağlığı Hakkında Yönetmelik” ile belirlenen esaslara tabidir. Yönetmelik, uluslararası sağlık turizmi kapsamında aracılık faaliyetinde bulunabilmek için aracı kuruluşların Uluslararası Sağlık Turizmi Yetki Belgesi (USTYB) almasını zorunlu

kılmaktadır (Resmî Gazete, 2025). Bu yetki belgesi, Uluslararası Sağlık Hizmetleri Anonim Şirketi (USHAŞ) tarafından verilmektedir. Uluslararası sağlık turizmi aracılık hizmetlerinde faaliyette bulunacak kuruluşların yetkilendirilmesi, 663 sayılı Sağlık Alanında Bazı Düzenlemeler Hakkında Kanun Hükmünde Kararname'nin EK 2'nci maddesinin "Uluslararası sağlık hizmetleri alanında aracılık faaliyeti gösteren kurumlara yetki belgesi vermek." hükmü uyarınca USHAŞ tarafından yürütülmektedir (USHAŞ, 2025).

Türkiye'de uluslararası sağlık turizmi aracı kurumu olarak yetkilendirilmek isteyen kuruluşların temel yetkinlik kriterlerini karşılaması gerekmektedir. Bu kriterler, hasta haklarının korunması, hizmet kalitesinin güvence altına alınması ve uluslararası sağlık turizmi faaliyetlerinin etik ve yasal çerçevede yürütülmesini temin etmeyi hedeflemektedir.

Uluslararası Sağlık Turizmi Yetki Belgesi almak isteyen aracı kuruluşların değerlendirildiği temel yetkinlik alanları ve bu alanlara ilişkin kriterler aşağıda detaylandırılmıştır (Resmî Gazete, 2025).

1. Yasal ve Kurumsal Kriterler

Aracı kuruluşların yetkilendirilmesi için aşağıdaki yasal şartların sağlanması gerekmektedir (Resmî Gazete, 2025):

- Ticaret Sicil Kaydı ve Şirket Ana Sözleşmesi: Şirket ana sözleşmesinde sağlık turizmi aracılığı faaliyetinin açıkça belirtilmiş olması gereklidir. Ticaret Sicil Gazetesi ve Ticaret Sicil Tasdiknamesinin güncel olması zorunludur.
- Vergi Levhası: Kuruluşun vergi levhası sunulmalıdır.
- Adli Sicil Kaydı: Tüzel kişiliği temsile yetkili kişilerin adli sicil kaydı temiz olmalıdır.

2. Sağlık Tesisi Protokolleri

Aracı kuruluşlar, yetki belgesi alabilmek için uluslararası sağlık turizmi yetki belgesine sahip en az üç sağlık tesisi ile geçerli iş birliği protokolü imzalamak zorundadır.

Bu protokollerde:

- İmza tarihinin bulunması,
- Protokolün, aracı kuruluşun yetki belgesi alması sonrasında geçerlilik kazanacağına dair madde bulunması gerekmektedir.

3. Teknik Altyapı ve İletişim Yetenekleri

- Çok Dilli Web Sitesi: Aracı kuruluşların Türkçe ve İngilizce zorunlu olmak üzere en az üç dilde hizmet veren, anlaşılabilir sağlık tesisleri hakkında detaylı bilgiler sunan bir web sitesine sahip olması gereklidir.
- 7/24 Çağrı Hizmeti: En az iki farklı dilde (biri İngilizce olmak üzere) 7 gün 24 saat hizmet verebilecek çağrı altyapısına sahip olunması zorunludur. İsteyen kuruluşlar çağrı merkezi hizmeti satın alarak da bu yükümlülüğü yerine getirebilir (Resmî Gazete,2025).

4. Personel ve Dil Yeterliliği

Aracı kuruluşta çağrı hizmeti dışında en az iki yabancı dil bilen personel istihdam edilmelidir. Aynı anda bir personel, ikiden fazla aracı kuruluşta çalışamaz. Ayrıca yabancı dil yeterliliği için aşağıdaki belgelerden biri sunulmalıdır:

- YDS veya eşdeğer sınavlardan en az 65 puan,
- Avrupa Dil Portfolyosu'nda B2 seviyesinde belge,
- Mütercim-Tercümanlık lisans diploması.

5. Taahhütler ve Hasta Hakları

Aracı kuruluşların sunduğu hizmetlerde hasta haklarına saygı gösterileceğine dair yazılı taahhütname vermesi gerekmektedir. Bu kapsamda taahhüt edilmesi gerekenler şunlardır:

- Sağlık turistine seyahat sigortası yaptırmak,
- Sağlık tesislerine yönlendirme öncesi tıbbi bilgi aktarımı sağlamak,
- Sağlık hizmeti maliyetleri hakkında sağlık turistine şeffaf bilgi vermek,
- Kişisel verilerin korunmasına riayet etmek,
- Bilgilendirilmiş onam almak ve kayıt altına almak.

6. Başvuru Süreci ve Değerlendirme

Başvurular, USHAŞ web sitesi üzerinden online olarak gerçekleştirilir. Başvuru ücretinin firma hesabından yatırılması ve dekontta şirket adı, vergi numarası ve "Yetki Belgesi Başvuru Ücreti" ifadesinin bulunması gerekmektedir. Ayrıca aracı kurumlar başvuru belgeleri tam ve eksiksiz olarak hazırlamalı ve USHAŞ'a iletilmelidir. Evrakların eksiksiz olması durumunda USHAŞ tarafından yerinde inceleme yapılır ve USHAŞ tarafından uygun bulunursa yetki belgesi düzenlenir. Yetkilendirilen kuruluşların listesi Sağlık Bakanlığı internet sitesinde duyurulur.

26 Nisan 2025 tarihli ve 32882 sayılı Resmî Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren “Uluslararası Sağlık Turizmi ve Turistin Sağlığı Hakkında Yönetmelik”e göre, uluslararası sağlık turizmi aracılığı yapmak isteyen kuruluşların hem yasal hem de hizmet kalitesi açısından belirli standartları karşılaması zorunlu hale gelmiştir. Sağlık tesisleri ile protokol ilişkileri, çok dilli hizmet sunumu, kayıt sistemlerine uyum, personel nitelikleri ve hasta haklarına uyum gibi alanlarda getirilen bu yeni şartlar, Türkiye’nin sağlık turizmi alanındaki uluslararası güvenilirliğini artırmayı hedeflemektedir.

2.2.3. Uluslararası Sağlık Turizmi Yetki Belgesi ve Avantajları

Türkiye, güçlü sağlık altyapısı, coğrafi konumu, rekabetçi hizmet maliyetleri ve deneyimli sağlık profesyonelleri ile uluslararası sağlık turizminde öne çıkan ülkelerden biri konumundadır. Bu alanda sunulan sağlık hizmetlerinin standardize edilmesi, uluslararası hasta güvenliğinin sağlanması ve hizmet kalitesinin artırılması amacıyla, sağlık tesisleri ve aracı kuruluşlar için Uluslararası Sağlık Turizmi Yetki Belgesi (USTYB) alma zorunluluğu getirilmiştir. Bu düzenlemeler, 26 Nisan 2025 tarihli ve 32882 sayılı Resmî Gazete’de yayımlanan "Uluslararası Sağlık Turizmi ve Turistin Sağlığı Hakkında Yönetmelik" kapsamında güncellenmiştir.

Sağlık tesisleri için yetki belgesi Sağlık Bakanlığı tarafından, aracı kuruluşlar için yetki belgesi ise USHAŞ tarafından düzenlenmektedir. Yetki belgesi bulunmayan kuruluşların uluslararası sağlık turizmi faaliyeti göstermesi yasaktır ve tespiti halinde durdurulmakta olup gerekli işlemler yapılmaktadır.

2.2.3.1. USTYB Sahibi Olmanın Temel Şartları

- Sağlık tesislerinin ilgili sertifika veya akreditasyon belgesine sahip olması,
- Aracı kuruluşların en az üç sağlık tesisi ile protokol yapmış olması,
- Web sitesi ve çağrı merkezi gibi iletişim altyapılarını oluşturması,
- Yabancı dil bilen personel istihdamı ve kayıt sistemine uyum sağlaması ve istenilen başvuru belgelerinin tam olması (Resmi Gazete,2025).

2.2.3.2. USTYB Sahibi Olmanın Sağladığı Avantajlar

1. Resmî Faaliyet İzni

Yetki belgesi, kuruluşların uluslararası sağlık turizmi faaliyetlerini yasal çerçevede yürütmesine imkân sağlar. Belge sahibi olmayan kuruluşların faaliyet göstermesi mümkün değildir.

2. T.C. Ticaret Bakanlığı Destek Programlarından Yararlanma

USTYB sahibi sağlık tesisleri ve aracı kuruluşlar, T.C. Ticaret Bakanlığı tarafından sunulan sağlık turizmi destek programlarından yararlanma hakkına sahiptir.

3. Protokol Yapabilme ve İş Birliği

Yetki belgesi sahibi kuruluşlar, diğer yetki belgesi sahibi sağlık tesisleri ve aracı kuruluşlarla resmî protokoller yaparak hasta yönlendirme süreçlerini sistematik ve denetlenebilir bir şekilde y r t rl r. Bu iş birliği, hem hasta güvenliğini artırmakta hem de hizmet sunumunda şeffaflık sağlamaktadır (G l & Aktaş, 2021).

4. Sağlık Paketleri Hazırlama Yetkisi

Yetkilendirilen sağlık tesisleri ve aracı kuruluşlar, uluslararası hastalara yönelik kapsamlı sağlık paketleri hazırlayarak; tedavi, konaklama, transfer gibi hizmetleri bir arada sunabilmektedir. Bu uygulama, sağlık turistlerine şeffaflık sağlamakta ve tedavi sürecinin planlanmasını kolaylaştırmaktadır. Bu durum, hasta memnuniyetini ve hizmet kalitesini doğrudan etkilemektedir. Örneğin, sağlık turizminde rekreasyon yönetimi, sağlık hizmeti almak için seyahat eden bireylerin deneyimlerini zenginleştiren ve memnuniyetlerini artıran önemli bir unsurdur. Rekreasyon, kişilerin rahatlama ve eğlenme amacıyla günlük sorumluluklarından uzaklaştığı faaliyetlerdir ve turizmle yakından ilişkilidir, çoğu zaman günübirlik veya kısa süreli etkinlikler şeklinde turizm deneyimine dahil olur. Sağlık turizminde rekreasyonel faaliyetler, turistlerin zihinsel, fiziksel ve sosyal sağlığını destekleyerek tedavi süreçlerini tamamlar ve destinasyonların çekiciliğini artırır. Farklı sağlık turizmi türlerinde (medikal, üçüncü yaş, spa-wellness, erişilebilir) rekreasyonun rolü çeşitlilik gösterir ancak genel olarak turist memnuniyetini sağlama ve destinasyonun ekonomik katkısını artırma amacına hizmet eder (Kocaman, 2024).

5. HealthT rkiye Portalı Tanıtımı

USTYB sahibi kuruluşlar, Türkiye'nin uluslararası sağlık turizmi markası olan **HealthT rkiye** portalında tanıtım ve bilgilendirme fırsatlarına erişim sağlar. Bu, uluslararası hasta trafiğinin artırılması ve Türkiye'nin sağlık turizmindeki rekabet gücünün güçlendirilmesi açısından önemli bir avantaj sunmaktadır.

6. Kurumsal İtibar ve Uluslararası Güvenilirlik

Uluslararası sağlık turistleri için yetki belgesi, hizmet sağlayıcının kalite standartlarına uygunluğunu ve devlet denetimi altında faaliyet gösterdiğini belgeleyen güçlü bir güven göstergesidir. Bu durum, kurumların uluslararası arenada itibarını ve

tercih edilirliliğini artırmaktadır. USTYB, sağlık turistleri açısından hizmet sunucularının kaliteye dayalı olarak denetlendiğinin göstergesi olduğundan, kurumsal itibarı artırmakta ve uluslararası düzeyde rekabet avantajı sağlamaktadır (Aydın & Ertürk, 2019).

Uluslararası Sağlık Turizmi Yetki Belgesi, yalnızca bir yasal zorunluluk değil; aynı zamanda uluslararası rekabette stratejik bir avantajdır. Belge sahibi olmak hem devlet desteklerinden yararlanma hem de hasta güvenliği, hizmet kalitesi ve kurumsal prestij açısından önemli kazanımlar sağlamaktadır. Bu nedenle sağlık tesisleri ve aracı kuruluşlar için yetki belgesi almak, sağlık turizminde sürdürülebilir başarı için kritik bir adımdır. Sonuç olarak, Uluslararası Sağlık Turizmi Yetki Belgesi sadece yasal bir zorunluluk değil, aynı zamanda sağlık turizmi alanında rekabet avantajı sağlayan stratejik bir araçtır.

2.3. Türkiye’de Sağlık Turizmi Sektörü Destekleri

Uluslararası sağlık turizmi, bireylerin yaşıadıkları yerleşim yerleri dışına yani yaşıadıkları ülke dışına çeşitli sağlık hizmetlerinden faydalanmak amacıyla gerçekleştirildikleri planlı seyahatler olarak tanımlanmaktadır (Çolakoğlu & Caner, 2022). Küreselleşme, iletişim teknolojilerindeki gelişmeler ve ulaşım imkanlarının artması gibi faktörlerin yanı sıra, gelişmiş ülkelerdeki uzun bekleme süreleri ve sağlık hizmetlerindeki artan maliyet baskıları, sağlık turizminin son yıllarda önemli bir ivme kazanmasına neden olmuştur (Tontuş, 2015). Türkiye, coğrafî konumu, gelişmiş sağlık altyapısı, nitelikli sağlık personeli ve rekabetçi fiyat avantajları sayesinde sağlık turizmi alanında önemli bir potansiyele sahip bir ülke olarak öne çıkmaktadır (Tengilimoğlu, 2021). Bu potansiyeli değerlendirmek, ülke ekonomisine döviz girdisi sağlamak ve uluslararası alanda rekabet gücünü artırmak amacıyla Türkiye Cumhuriyeti Devleti tarafından sağlık turizmi sektörüne yönelik çeşitli destek mekanizmaları hayata geçirilmiştir. Devlet destekleri, sağlık turizmi yatırımlarının artmasını sağlamaktadır (Aktepe & Açık, 2020; Bozkurt, 2020). Literatür bilgileri incelendiğinde aslında sağlık turizmine yönelik ilk adımlar Cumhuriyetin ilk yıllarında atılmış olsa da daha sistemli destek ve teşvik politikaları 1980’li yılların ortalarında geliştirilmeye başlanmış ve 2000’li yıllardan itibaren reformlar ve eylem planlarıyla daha da kapsamlı bir hale gelmiştir (Unutmaz, 1994; Gülenç, 2023).

Türkiye’deki sağlık turizmi desteklerinin mevcut durumunu anlamak ve sektörün gelecekteki gelişimine yönelik politika önerileri sunmak açısından önem arz etmektedir. Sağlık turizmi hizmetleri, ilk kez 20.11.2004 tarihinde yürürlüğe giren TURQUALITY programı kapsamında, hizmet ihracatı niteliğinde değerlendirilmiş; bu yaklaşım 2015/8

sayılı Karar ile daha da pekiştirilmiştir. Sağlık hizmetlerinin bu çerçevede ödemeler bilançosuna pozitif katkı sağlayan bir kalem olarak kabul edilmesiyle birlikte, çeşitli destek ve teşvik mekanizmaları da uygulamaya alınmıştır. Ayrıca sağlık turizminin hizmet ihracatı kapsamında ele alınması, sektörün daha güçlü hukuki temellere dayandırılmasına ve ihracat odaklı politika geliştirme süreçlerinde önemli bir araç haline gelmesine katkı sağlamıştır (Gülşen & Solak, 2024). 20 Nisan 2022 tarih ve 5448 sayılı "Hizmet İhracatının Tanımlanması, Sınıflandırılması ve Desteklenmesi Hakkında Karar" ile buna dayalı Uygulama Usul ve Esas İlişkilerinin Genelgesi, hizmet sektörlerine devlete yönelik desteklerini düzenleyen temel bir çerçeve sunmaktadır. Bu mevzuat, sağlık turizmi hizmetlerinin ihracatını arttırmayı ve sektörü uluslararası düzeyde rekabetçi hâle getirmeyi amaçlamaktadır (Resmî Gazete, 2022).

5448 Sayılı Hizmet İhracatının Tanımlanması, Sınıflandırılması ve Desteklenmesi Hakkında Karar: Bu Cumhurbaşkanlığı Kararı, sağlık ve spor turizmi dahil olmak üzere çeşitli sektörlerde hizmet ihracatını tanımlamakta, sınıflandırmakta ve ilgili destek mekanizmalarını düzenlemektedir. Karar, sağlık turizmi alanında faaliyet gösteren yararlanıcıları (sağlık kuruluşları, sağlık turizmi aracı kuruluşları) ve desteklerin uygulanmasında yer alacak işbirliği kuruluşlarını (TİM, TOBB, DEİK, sektörel dernek gibi) belirtmektedir (Resmi Gazete, 2022).

Sağlık ve Spor Turizmi Sektörlerine Yönelik Uygulama Usul ve Esasları Hakkında Genelge: Bu Genelge, 5448 sayılı karar kapsamında sunulan desteklerin başvuru, değerlendirme ve sonuçlandırma süreçlerini ayrıntılı bir şekilde tanımlar. Ayrıca, desteklerden yararlanacak kişi ve kuruluşlar için sektöre özgü tanımlar getirir. Örneğin, sağlık turisti, sağlık turizmi aracı kuruluşu, sağlık vizesi başvurusu gibi tanımlar destek mekanizmalarının uygulanabilirliğini netleştirmektedir (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2024a).

Mevzuatın temel ilkeleri arasında hizmet ihracatını teşvik etme, şeffaflık ve hesap verebilirlik, sektörel gelişim ve markalaşma yer almaktadır. Destek başvurularının değerlendirildiği süreç, belirli belgelerle yapılan başvurulara dayanır ve başvuruların değerlendirilmesi genellikle HİB Genel Sekreterliği tarafından yapılır. Onaylanan başvurulara göre destek ödemeleri, başvuru sahiplerinin banka hesaplarına yapılır (Resmî Gazete, 2022). Bu tez çalışması, mezkûr mevzuatlar ve tanımlar doğrultusunda yapılandırılmış olup, sağlık turizmi sektörüne yönelik desteklerden faydalanabilme kriterleri sağlayan kurumlarda gerçekleştirilmiştir.

Türkiye sağlık turizmi sektörüne yönelik birçok destek sunmaktadır. Bu destekler, pazara giriş belgeleri, acente komisyonları, istihdam, yabancı dil ve sağlık turizmi eğitimi, hasta yolculuk desteği, reklam, tanıtım ve pazarlama faaliyetleri gibi geniş bir yelpazeye yayılmaktadır. Ayrıca, destek oranları ve üst limitleri her yıl belirli oranlarda güncellenmektedir (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2024a).

T.C. Ticaret Bakanlığı, Türkiye'nin sağlık turizmi potansiyelinin uluslararası düzeyde tanıtımı ve sağlık hizmeti ihracatının artırılması amacıyla çok yönlü destek mekanizmaları geliştirmektedir. Bakanlık verilerine göre, Türkiye 2022 yılında sağlık hizmeti ihracatından 1,9 milyar dolar gelir elde etmişken, bu rakam 2023 yılı sonunda 2,3 milyar dolara yükselmiş; aynı yıl sağlık turisti sayısı 1,4 milyona ulaşmıştır. 2023 yılı boyunca sektörün uluslararası görünürlüğünü artırmak amacıyla Berlin ve Londra'da düzenlenen iki büyük sağlık fuarına milli katılım sağlanmış; ayrıca toplam 12 adet ticaret ve alım heyeti organizasyonu desteklenmiştir (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2024). Bakanlık tarafından aktif 5 adet HİSER projesi desteklenmektedir (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2025a). Ayrıca 7 marka TURQUALITY, 7 marka ise Markalaşma Programı kapsamında desteklenmektedir. Bu kapsamda sağlık hizmetleri ihracatı sektöründe faaliyet gösteren firmalara sağlanan destekler 2023 yılında %281 oranında artış göstererek 733 milyon TL'ye ulaşmıştır (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2024).

2.3.1. Tescil ve Koruma Desteği

Bu desteğin temel amacı, Türk sağlık turizmi markalarının küresel düzeyde tanınırlığını ve itibarını değiştirmeyi, haksız rekabet ve taklitçilik risklerine karşı yasal korumayı sağlamak ve böylece uluslararası rekabeti güçlendirmek arttırmaktır. Destekten yararlanabilecek kurumlar, Karar ve Genelge'de (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2022; T.C. Ticaret Bakanlığı, 2024a) açıkça tanımlanmış olup, sektörel kapsam net bir şekilde ortaya konmuştur. Sağlık turizmi hizmetleri sektörü tescil ve koruma desteğinden faydalanabilecek kurumlar iki ana grupta toplanıyor:

Sağlık Hizmetleri Sunucuları: İlgili kamu otoritesinin izin ve denetimi altında faaliyet gösteren sağlık sistemleri (hastaneler, tıp merkezleri, poliklinikler, muayenehaneler vb.) bu kapsama dâhildir. Bu geniş yelpaze, sektörün çeşitliliğini yansıtmaktadır.

Sağlık Turizmi Aracıları: Türkiye'deki sağlık hizmeti sunucularıyla iş birliği yoluyla uluslararası sağlık turizmi alanında aracılık hizmeti sunan ve "Uluslararası Sağlık Turizmi Yetki Belgesi"ne sahip kuruluşlar da yararlanıcılar arasında yer almaktadır.

Uluslararası Hizmet Ticareti Genel Müdürlüğü (2024) tarafından hazırlanan genelge özet bilgi rehberine göre; Tescil ve Koruma Desteği, yurt içinde Türk Patent ve Marka Kurumu nezdinde tescilli bir markanın uluslararası alanda tescillenmesi ve/veya belirli harcamaları kapsar. Genelgenin 4. maddesinin gider kalemleri:

- Marka tescil başvuruları için yetkili vekillere ödenen hizmet bedelleri ve başvuru ücretleri,
- Markanın hedef pazarlarda başka bir varlık adına tescilli olup olmadığı için yapılan araştırma ve inceleme masrafları,
- Resmi harçlar ve yurt dışı tescil işlemlerine ilişkin doğrudan giderler,
- Yurt dışında tescilli bir markanın korunması için bireysel hukuki danışmanlık hizmetleri desteklenir (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2024a).

Bu kapsam, desteğin yalnızca yeni tescil süreçlerini değil, mevcut tescilli markaların aktif korumasını da teşvik edildiğini ortaya koymaktadır.

5448 sayılı Karar ve ilgili Genelge kapsamında sunulan Tescil ve Koruma Destek Mekanizması, Türkiye'nin sağlık turizmi sektöründe küresel marka bilinirliğini ve rekabet gücünü artırmaya yönelik yazmaya yönelik bir adım olarak değerlendirilebilir. Destek, markalaşmada önemli bir mali yük oluşumu tescil ve koruma harcamalarının bir kısmını karşılayarak, sektör aktörlerinin uluslararası pazarlara erişimini kolaylaştırmaktadır. Bununla birlikte, desteğin etkin bir şekilde kullanılabilmesi için markaların öncelikle yurt içinde tescilli olması, süreç planlı bir şekilde korunmasını zorunlu kılmaktadır. Ayrıca, mahkeme masrafları gibi ek giderlerin kapsam dışında tutulması, bu tür riskleri kendi kaynaklarıyla yönetilmesinin de olduğu görülmektedir.

Sonuç olarak, bu destek oranları, sağlık turizmi hizmetleri sektöründeki uluslararasılaşma ve markalaşma oranlarında finansal bir kaldıraç işlevi görebilecek potansiyele sahiptir. Ancak, yararlanıcıların tescil şartlarına uyum sağlama ve destek kapsamındaki sınırlamaları dikkate almadan planlama yapma, mekanizmanın beklenen yeterlilikte tam anlamıyla ortaya koyabilmesi açısından öneme sahiptir.

2.3.2. Pazara Giriş Belgeleri Desteği

Türkiye'nin hizmet ihracatını artırma ve çeşitlendirme stratejisi, 19 Nisan 2022 tarihli ve 5448 sayılı "Hizmet İhracatının Tanımlanması, Sınıflandırılması ve Desteklenmesi Hakkında Karar" ile önemli bir ivme kazanmıştır. Bu karar ve ilgili Uygulama Usul ve Esaslarına İlişkin Genelge, sağlık turizmi gibi öncelikli sektörlerin uluslararası pazarlara erişimini kolaylaştırmak ve rekabet güçlerini artırmak amacıyla

çeşitli destek mekanizmaları sunmaktadır. Bu bağlamda, "Pazara Giriş Belgeleri Desteği" (Karar Madde 88, Genelge Madde 5), sektör aktörlerinin uluslararası pazarlarda talep edilen veya rekabet avantajı sağlayan belge, sertifika ve akreditasyonları edinme süreçlerindeki mali yüklerini azaltmayı hedeflemektedir (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2022; T.C. Ticaret Bakanlığı, 2024a).

Uluslararası Sağlık Turizmi Yetki Belgesi'ne sahip sağlık kuruluşları (kamu-özel-üniversite tüm hastaneler, tıp merkezleri, poliklinikler, muayenehaneler gibi tüm sağlık tesisleri) ve Uluslararası Sağlık Turizmi Yetki Belgesi'ne sahip sağlık turizmi aracı kuruluşları destekten faydalanabilmektedir. Bu destek, sağlık turizminde faaliyet gösteren kurumların küresel rekabet gücünü artırmaya yardımcı olur, ancak belgelerin etkisi pazara ve belgenin türüne bağlıdır.

Desteklenen Pazara Giriş Belgeleri sağlık turizmi için geniş bir yelpaze sunmaktadır. Bu belgeler, sağlık turizminde faaliyet gösteren kurumların küresel pazarlarda tanınmasını ve güven kazanmasını destekler. Kalite yönetimi ve akreditasyon, medikal turizm hizmetlerinde güvenin temelini oluşturur (Gökmen Kavak & Esatoğlu, 2020). Uluslararası normlara uyumu sağlayarak pazar erişimini kolaylaştırır ve hizmet kalitesini artırır. Güvenilirlik artar, uluslararası müşteriler çekilir. Ayrıca prestijli akreditasyonlar, yüksek gelirli uluslararası müşterileri çeker. Finansal yükler devlet desteğiyle azalır, pazar farklılaşması ve operasyonel verimlilik sağlanır.

Aşağıda, desteklenen belgeler ve detaylı amaçları ile avantajları sunulmuştur:

Bu sertifikalar, sağlık hizmetleri sağlayıcıları, sağlık turizmi kuruluşları, medikal seyahat koordinatörleri, hastaneler, klinikler, rehabilitasyon merkezleri, eczaneler, spa ve wellness tesisleri, oteller ve ilgili hizmet sunucularının kalite, güvenlik, hasta deneyimi ve yönetim sistemleri açısından uluslararası standartlara uygun olduğunu belgeleyen akreditasyonlardır.

Sağlık Kuruluşları İçin Akreditasyonlar: Sağlık hizmetlerinin kalitesinin artırılması ve hasta güvenliğinin sağlanması, günümüzde sağlık kurumları açısından ana önceliklerden biridir. Bu bağlamda hem ulusal hem de uluslararası düzeyde çeşitli akreditasyon sistemleri geliştirilmiş ve sağlık kuruluşlarının performans değerlendirmelerinde referans olarak kullanılmaya başlanmıştır. Akreditasyon, sağlık kuruluşlarının belirli kalite ve güvenlik standartlarına uygunluğunu bağımsız kuruluşlar aracılığıyla belgelemelerini sağlayan önemli bir araçtır.

Uluslararası düzeyde en çok kabul gören akreditasyon sistemlerinden biri olan Joint Commission International (JCI), hasta güvenliği ve hizmet kalitesi açısından küresel

standartlar sunmaktadır (Joint Commission International, 2025). Bu akreditasyon, sağlık kurumlarının uluslararası düzeyde güvenilir ve kaliteli sağlık hizmeti sunduğunu gösteren önemli bir göstergedir (Woodman, 2012). JCI akreditasyonu, özellikle hasta merkezli bakım, enfeksiyon kontrolü, ilaç yönetimi ve yönetim gibi kritik alanlarda kapsamlı değerlendirmeler gerçekleştirmektedir.

Bir diğer önemli uluslararası akreditasyon olan QHA Trent Accreditation, Birleşik Krallık merkezli olup, hastanelerin ve sağlık hizmeti sunucularının kalite ve güvenlik uygulamalarını değerlendirir (QHA Trent Accreditation, 2025). Sistemin özelliği, dış denetçilerin bağımsız gözlemlerine ve hasta bakım süreçlerinin doğrudan değerlendirilmesine dayalı olmasıdır.

Kanada merkezli Qmentum Global™ sistemi ise Accreditation Canada tarafından geliştirilmiştir ve özellikle klinik mükemmeliyet, hasta güvenliği ve yönetim süreçlerinin uluslararası standartlarla uyumunu denetler (Accreditation Canada, 2025). Bu sistem, sürekli kalite iyileştirme döngüsünü esas alan bir yapıya sahiptir.

Avustralya merkezli Australian Council on Healthcare Standards International (ACHSI) akreditasyonu ise, sağlık kuruluşlarının kalite yönetimi, hasta güvenliği, klinik uygulamalar ve yönetim süreçlerini kapsamlı biçimde ele alır (Australian Council on Healthcare Standards, 2025). ACHSI, kalite iyileştirme süreçlerinde kurum içi katılımı ve sistematik geri bildirimi ön plana çıkarmaktadır.

JACIE (Joint Accreditation Committee ISCT-Europe & EBMT) akreditasyonu, özellikle hematopoetik kök hücre nakli ve hücre sel tedavi merkezlerinde kalite ve güvenlik standartlarını belgeleyen özel bir sistemdir (JACIE, 2025). Bilimsel protokollere dayalı bir değerlendirme modeli sunar ve Avrupa’da referans olarak kabul edilmektedir.

Cerrahi uzmanlık alanlarında öne çıkan Surgical Review Corporation (SRC) Center of Excellence sertifikası, cerrahi merkezlerin başarı oranları, vaka hacmi, cerrah deneyimi gibi çok boyutlu kriterlerle değerlendirilmesini sağlar (Surgical Review Corporation, 2025). Bariatrik cerrahi, robotik cerrahi gibi özel alanlarda mükemmeliyet belgeleri sunmaktadır.

Türkiye’de ise Sağlıkta Akreditasyon Standartları (SAS), Sağlık Bakanlığı tarafından yürütölen ulusal bir sistem olup, hasta güvenliği, kalite yönetimi, hasta hakları ve kurumsal performans alanlarında sağlık hizmeti sunucularını değerlendirmektedir (Sağlık Bakanlığı SAS, 2025). SAS, uluslararası sistemlerle paralellik gösteren yapısıyla Türkiye’de sağlık kalitesinin artırılmasında önemli bir rol oynamaktadır.

Sağlık Turizmi ve Medikal Seyahat Koordinatörleri İçin Sertifikalar:

Günümüzde sağlık turizmi sektörü, küresel sağlık sistemlerinin en hızlı gelişen alanlarından biri haline gelmiştir. Bu büyüme, uluslararası hasta akışı, medikal hizmetlerin sınır ötesi sunumu ve sağlık temelli konaklama hizmetleri gibi çok boyutlu yapılar içermektedir. Bu süreçte, hasta güvenliği, hizmet kalitesi, bilgi güvenliği ve hasta deneyimi gibi unsurların sürdürülebilirliği, sertifikasyon ve akreditasyon sistemleri ile sağlanmaktadır. Bu bağlamda, sağlık turizmine özel geliştirilmiş çeşitli standartlar ön plana çıkmaktadır.

1. TEMOS Sertifikasyonları

Almanya merkezli TEMOS International tarafından sunulan sertifikalar, sağlık kuruluşlarının ve sağlık turizmi organizatörlerinin kalite düzeylerini belgelemektedir. Kurumlar, sundukları hizmet alanına göre özel modüllerle değerlendirilmektedir:

- Medical Care genel sağlık hizmetleri,
- Dental Care diş klinikleri,
- Eye Care göz hastaneleri,
- Rehabilitation Care rehabilitasyon merkezleri,
- Reproductive Care üreme sağlığı merkezleri,
- Community Pharmacy Services eczaneler,
- Medical Travel Coordinators ise sağlık turizmi organizatörleri için geliştirilmiştir (TEMOS International, 2025). Bu yapı, sağlık turizmine dahil olan tüm hizmet bileşenlerinin özel koşullarına göre kalite güvencesi sunmaktadır.

2. Global Healthcare Accreditation (GHA)

GHA, özellikle medikal seyahat eden hastaların deneyimlerini ve hizmet sağlayıcıların performansını ölçmek amacıyla geliştirilmiş bir sistemdir. Bu sistem kapsamında aşağıdaki sertifikasyonlar verilmektedir:

- GHA Accreditation for Medical Travel Services, sağlık turizmi hizmet sağlayıcılarının genel performansını değerlendirir.
- GHA Certification for Excellence in Medical Travel Patient Experience, hasta memnuniyeti ve deneyim odaklı kaliteyi belgeler.
- GHA Telehealth Accreditation, uzaktan sağlık hizmetlerinin etik, teknik ve klinik standartlara uygunluğunu denetler.

- GHA Wellhotel® Accreditation, otellerin sağlık ve wellness hizmetlerine uygunluğunu değerlendirir.
- Medical Travel Facilitator Certification, sağlık turizmi aracı kurumlarının koordinasyon yeterliliğini belgelendirir (Global Healthcare Accreditation, 2025).

3. Spa, Wellness ve Otel Tabanlı Sertifikalar

Sağlık turizminin önemli bir parçası olan spa ve wellness hizmetleri de kalite standartlarına tabi tutulmaktadır. Bu alanda öne çıkan bazı sertifikalar şunlardır:

- Europespa, Avrupa merkezli bir kalite sistemidir ve spa tesislerinde hijyen, güvenlik ve müşteri konforunu belgelendirir.
- TÜV Rheinland International Spa Standard, Alman kökenli bir sistem olup özellikle hijyen ve müşteri memnuniyetine odaklanır.
- Well Hotel Certification, sağlık ve wellness odaklı otel hizmetlerini değerlendiren kapsamlı bir sistemdir (TÜV Rheinland, 2025; Europespa, 2025).

4. Kurumsal Kültür ve Hasta Odaklı Bakım Sertifikaları

Hasta memnuniyeti ve bireysel bakım yaklaşımını öne çıkaran sistemler, sağlık kuruluşlarının kültürel dönüşümünde önemli rol oynamaktadır:

- Person Centered Care akreditasyonu, hasta merkezli hizmet sunumuna dair kurumsal yeterliliği değerlendirir.
- Great Place to Work sertifikası ise çalışan memnuniyetini ölçerek işyeri ortamının niteliğini belgelendirir (Great Place to Work Institute, 2025).

5. Yönetim Sistemleri ve Güvenlik Standartları

Sağlık sektöründe sürdürülebilir kalite ve güvenlik için uluslararası yönetim standartlarına uyum önemlidir. Yaygın kullanılan bazı sistemler şunlardır:

- ISO/IEC 27000 Serisi: Bilgi güvenliği yönetimi
- ISO 10002: Müşteri şikayet yönetimi
- ISO 50001: Enerji yönetimi
- ISO 14000 Serisi: Çevresel yönetim sistemleri
- ISO 45001 (OHSAS 18000 yerine): İş sağlığı ve güvenliği

Bu standartlar, sağlık kuruluşlarının sadece hizmet kalitesini değil, aynı zamanda yönetimsel ve çevresel sürdürülebilirliğini de belgelemektedir (ISO, 2025; BSI, 2025).

6. AACI Sertifikasyonu

The American Accreditation Commission International (AACI), ABD merkezli bir kuruluş olup, sağlık kurumlarının kalite, güvenlik ve hizmet standartlarını uluslararası ölçekte değerlendirmektedir (AACI, 2025).

Sağlık turizmi kapsamında kurum türüne göre alınabilecek sertifikalar:

Sağlık turizmi, yalnızca hastaneleri değil; seyahat koordinatörlerinden spa otellerine kadar geniş bir hizmet ağını kapsayan çok paydaşlı bir sistemdir. Bu nedenle, kurumların faaliyet alanlarına özgü olarak farklı sertifikasyon sistemlerine ihtiyaç duyulmaktadır. Her kurum tipi için uygun olan belgeler, kalite yönetimi, hasta güvenliği, deneyim, hijyen, dijital hizmet altyapısı gibi çok çeşitli boyutlarda hizmet standardizasyonunu sağlamayı hedeflemektedir.

1. Hastaneler ve Sağlık Kuruluşları

Hastaneler ve genel sağlık hizmeti sunan kuruluşlar hem klinik kalite hem de hasta güvenliği açısından en yüksek standartlara tabi tutulur. Aşağıdaki akreditasyon sistemleri, bu alanda uluslararası düzeyde kabul görmektedir:

- Joint Commission International (JCI)
- QHA Trent Accreditation
- Qmentum Global™ (Accreditation Canada)
- TEMOS Medical Care

Bu belgeler, hasta merkezli bakım, enfeksiyon kontrolü, hasta güvenliği, yönetim ve süreç yönetimi konularında kapsamlı değerlendirme kriterleri içerir (Joint Commission International, 2025; QHA Trent Accreditation, 2025; Accreditation Canada, 2025; TEMOS International, 2025).

2. Sağlık Turizmi Organizasyonları ve Aracı Kurumlar

Sağlık turizmini yöneten seyahat koordinatörleri ve aracı firmalar, hasta transferi, hizmet planlaması, lojistik ve iletişim süreçlerinde kalite yönetimini belgelemek için aşağıdaki sertifikaları alabilir:

- TEMOS Medical Travel Coordinators

➤ GHA Medical Travel Services

Bu belgeler, hasta iletişimi, tıbbi koordinasyon, yasal uygunluk ve güvenlik gibi konularda kaliteyi denetler (Global Healthcare Accreditation, 2025; TEMOS International, 2025).

3. Diş Klinikleri, Göz Hastaneleri, Rehabilitasyon Merkezleri

Branş bazlı hizmet sunucuları da kendi uzmanlık alanlarına göre uluslararası kalite belgeleri alabilirler:

- TEMOS Dental Care (diş klinikleri için)
- TEMOS Eye Care (göz hastaneleri için)
- TEMOS Rehabilitation Care (fizik tedavi ve rehabilitasyon merkezleri için)

Bu sistemler, alanına özgü klinik uygulamalar, hasta takibi ve hizmet standardizasyonu açısından denetim sağlar (TEMOS International, 2025).

4. Eczaneler ve Medikal Malzeme Tedarikçileri

Sağlık turizminin önemli bir destek ayağını oluşturan eczaneler ve tıbbi cihaz sağlayıcı firmalar için özel kalite belgeleri mevcuttur:

- TEMOS Community Pharmacy Services

Bu belge, farmasötik hizmet kalitesi, hasta bilgilendirme, ilaç güvenliği gibi başlıklarda kalite güvence mekanizmalarını içerir (TEMOS International, 2025).

5. Spa, Wellness Merkezleri ve Oteller

Sağlık turizmi kapsamında konaklama ve wellness hizmetleri sunan işletmeler hem müşteri memnuniyeti hem de hijyen açısından değerlendirilir:

- Europespa
- TÜV Rheinland Spa Standardı
- Well Hotel Certification

Bu belgeler, fiziksel altyapı kalitesi, hijyen standartları, çalışan eğitimi ve müşteri deneyimi gibi kriterlerle hizmet düzeyini denetler (Europespa, 2025; TÜV Rheinland, 2025).

6. Sağlık Kuruluşlarında Çalışanlar ve Yöneticiler

Hizmetin niteliği yalnızca sistem değil, çalışan memnuniyeti ve kurum kültürüyle de doğrudan ilişkilidir. Bu nedenle çalışan odaklı sertifikalar önem arz etmektedir:

- Person Centered Care
- Great Place to Work Certification

İlgili belgeler, hasta merkezli yaklaşım ve çalışan deneyimini değerlendiren sistemler olup, organizasyonel iklimin kalitesine işaret etmektedir (Great Place to Work Institute, 2025).

Bu bölümde, 5448 sayılı "Hizmet İhracatının Tanımlanması, Sınıflandırılması ve Desteklenmesi Hakkında Karar" ve bu kararla ilgili Uygulama Usul ve Esaslarına İlişkin Genelge, 5. Maddesinde” Desteklenen Pazara Giriş Belgeleri Listesi”nde yer alan belge, akreditasyon veya sertifikalara yer verilmiştir.

Başvurular, belge düzenlenme, yenileme veya gözetim tarihinden itibaren altı ay içinde Hizmet İhracatçıları Birliği (HİB) Genel Sekreterliği’ne yapılmalıdır. Gerekli belgeler arasında Genelge ekinde yer alan başvuru formu, faturalar, ödeme belgeleri ve sertifika kopyaları yer almaktadır. Finansal olarak, destek oranı %60 olup, belge yenileme giderleri yıllık destek üst limitinin %50’sini aşamaz, bu da kaynakların dengeli kullanımını sağlar. Ayrıca hedef ülkelere yönelik gerçekleştirilmesi halinde destek oranına 10 baz puan ilave edilir.

"Pazara Giriş Belgeleri Desteği", Türkiye’nin sağlık turizmi sektörlerinin küresel pazarlarda rekabet edebilirliğini artırmak için önemli bir araçtır. Belgeler, özellikle medikal turizmde hasta güvenliği ve kaliteyi vurgulayarak Türkiye’nin uluslararası bir sağlık turizmi destinasyonu olarak konumlanmasını destekler. Sağlık turizminde faaliyet gösteren kurumların uluslararası normlara uyumunu sağlayarak pazar erişimini kolaylaştırır. Belgelerin sağladığı avantajlar, sektörel büyüme ve ihracat potansiyelini artırırken, devlet desteğinin finansal rahatlama sağlaması da önem arz etmektedir.

2.3.3. Acenta Komisyon Desteği

Bu destek, doğrudan hizmet alıcısına veya hizmet aracısı olan acenteye yönelik bir sübvansiyon olmaktan ziyade, uluslararası sağlık turisti getiren yetkili acentelere

komisyon ödemesi yapan sağlık kuruluşlarını (üniversite-kamu-özel tüm hastane, tıp merkezi, poliklinik, muayenehane gibi tüm sağlık tesisleri) finansal olarak desteklemeyi hedeflemektedir. Bu yapısıyla destek, esasen uluslararası pazarlarda aracılık fonksiyonu üstlenen ve hizmet alıcısı akışını sağlayan acentelerle işbirliğini teşvik etme mantığına dayanmaktadır.

Desteğin operasyonel çerçevesi, belirli bir kontrol ve yetkilendirme mekanizması üzerine kurulmuştur. Komisyon ödemesinin yapıldığı acentenin, Ticaret Bakanlığı tarafından onaylanmış ve Genelge eki "Acenteler Listesi" içerisinde yer alması zorunluluğu, destek mekanizmasının sadece belirli kriterleri sağlayan, muhtemelen güvenilirliği ve etkinliği teyit edilmiş araçlar üzerinden işlemesini sağlamaya yöneliktir. Acentelerin bu listeye dahil edilme süreci (Genelge EK-6Ç belgeleri ve ilgili prosedür), Bakanlığın ve ilgili uygulayıcı kuruluşların (HİB) aracı piyasasını düzenleme ve nitelikli aktörleri teşvik etme arzusunu yansıtmaktadır. Başvurunun, komisyonu ödeyen sağlık kuruluşu tarafından yapılması ve ödeme belgesine bağlanması (Genelge EK-6A, EK-6B, EK-6C), harcamanın gerçekleştiğinin ve acentelik hizmetinin alındığının teyidini amaçlamaktadır (Uluslararası Hizmet Ticareti Genel Müdürlüğü, 2024).

Finansal parametreler incelendiğinde, %60'lık standart destek oranının yanı sıra, yararlanıcının niteliğine göre farklılaşan yıllık üst limitler (muayenehane/poliklinikler için daha düşük, diğerleri için daha yüksek) dikkat çekicidir. Bu farklılaşma, muhtemelen işletme ölçeği ve potansiyel acente komisyon hacmi göz önünde bulundurularak yapılmış bir düzenlemedir. Ancak, desteğe konu azami komisyon tutarının, ana hizmet bedelinin (sağlık kuruluşları için tedavi bedeli) %20'si ile sınırlandırılması (Genelge 6(7)), desteğin amacının komisyon maliyetinin tamamını karşılamak olmadığını, daha ziyade bir teşvik ve maliyet paylaşımı olduğunu göstermektedir. Bu %20'lik sınır, aynı zamanda potansiyel suiistimallerin önüne geçme ve orantısız komisyon ödemelerini engelleme amacı taşıyor olabilir. Desteğin 5 yıllık bir süre ile sınırlandırılması ise, muhtemelen başlangıç aşamasında pazara giriş ve işbirliği kurma maliyetlerini hafifletmeyi, ancak uzun vadede bu iş modelinin kendi dinamikleriyle sürdürülebilir hale gelmesini beklediğini ima etmektedir.

Sonuç olarak, Acente Komisyon Desteği, Türkiye'nin sağlık turizmi ihracatını artırmak için önemli bir kanal olarak görülen uluslararası acentelik ağından yararlanmayı hedefleyen, kontrollü ve belirli finansal sınırlar dahilinde işleyen bir teşvik mekanizmasıdır. Yetkili acente listesi ve %20'lik komisyon sınırı gibi unsurlar,

mekanizmanın etkinliğini ve şeffaflığını artırmaya yönelik düzenleyici tercihler olarak yorumlanabilir.

2.3.4. Komplikasyon ve Seyahat Sağlık Sigortası Desteği

Sağlık turizmi süreçlerinde risk yönetimi ve sigorta mekanizmaları hem hasta hem de hizmet sağlayıcı arasındaki güven ilişkisini desteklemektedir (Karaman & Ökmen, 2024). Komplikasyon ve Seyahat Sağlık Sigortası Desteği (Karar Madde 90, Genelge Madde 7), uluslararası hasta güvenliğini ve memnuniyetini artırarak Türkiye'nin sağlık turizmi destinasyonu olarak çekiciliğini pekiştirmeyi amaçlayan önemli bir mekanizmadır. Desteğin temel mantığı, tedavi amacıyla ülkeye gelen yabancı hastalar için olası tıbbi komplikasyonları ve seyahatle ilişkili sağlık risklerini kapsayan sigorta poliçelerinin prim maliyetlerinin bir bölümünün devlet tarafından karşılanmasıdır. Bu yolla, hem hastaya finansal bir güvence sunulmakta hem de hizmet sağlayıcıların operasyonel risk yönetimi desteklenmektedir.

Bu destek mekanizmasından faydalanma yetkisi, Karar ve Genelge'de tanımlanan yararlanıcı statüsündeki kurumlara aittir. Sağlık turizmi hizmetleri sektörü bağlamında, bu destekten; ilgili kamu otoritelerinin izni ve denetimi altında faaliyet gösteren sağlık kuruluşları (hastaneler, tıp merkezleri, poliklinikler, muayenehaneler gibi sağlık tesisleri) ve Uluslararası Sağlık Turizmi Yetki Belgesi'ne sahip, yani sağlık kuruluşları adına uluslararası hasta aracılık hizmetleri sunmak üzere yetkilendirilmiş sağlık turizmi aracı kuruluşları yararlanabilmektedir. Belirtmek gerekir ki, destek ödemesi doğrudan sigorta şirketine veya sigortalanan hastaya değil, sigorta primini hasta adına ödeyen sağlık kuruluşuna veya sağlık turizmi aracı kuruluşuna yapılmaktadır.

Desteğin kapsamı, Türkiye'ye tedavi amacıyla gelen sağlık turisti için Türkiye'de yerleşik sigorta şirketlerinden temin edilen komplikasyon sigortası ve seyahat sağlık sigortası poliçelerine ilişkin prim ödemeleridir. Genelgenin 7. maddesinin ikinci fıkrası, desteklenecek poliçeler için kritik şartları ortaya koymaktadır: Sigorta poliçesinin, hastanın Türkiye'deki tedavi sürecini kapsaması ve teminatının yalnızca Türkiye sınırları içinde gerçekleştirilecek tedavilere ve Türkiye'ye yönelik seyahate ilişkin risklere odaklanması gerekmektedir. Bu durum, tedavi öncesi veya sonrası süreçleri ve ülke dışındaki riskleri destek kapsamı dışında bırakmaktadır. Poliçenin Türkiye'de mukim bir sigorta şirketinden alınması şartı ise, yerel sigortacılık piyasasının da bu süreçten faydalanmasını sağlamaktadır. Destek başvurusu, hastanın ilgili sağlık kuruluşundaki tedavisinin tamamlanmasını takiben, sigorta primine ait ödeme belgesi tarihinden itibaren

en geç altı ay içerisinde, yararlanıcı (sağlık kuruluşu veya aracı kuruluş) tarafından Hizmet İhracatçıları Birliği (HİB) Genel Sekreterliği'ne yapılır. Başvuruda, resmi formlar (EK-7A) ve belgeler (EK-7) listesinde belirtilen (poliçe, fatura, ödeme kanıtı, hasta ve seyahat bilgileri, tedavi faturası vb.) dokümanların Kayıtlı Elektronik Posta (KEP) üzerinden ve elektronik imza standartlarına uygun olarak sunulması zorunludur (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2022; T.C. Ticaret Bakanlığı, 2024a).

Sonuç olarak, Komplikasyon ve Seyahat Sağlık Sigortası Desteği, 5448 sayılı Karar çerçevesinde, Türkiye'nin sağlık turizmi hizmet ihracatını geliştirmeye yönelik stratejik bir yaklaşımla tasarlanmıştır. Uluslararası hastalar için algılanan riskleri azaltan ve finansal bir güvence sunan bu mekanizma, %70 gibi yüksek bir destek oranıyla hasta güvenliğine verilen önemi vurgulamaktadır. Desteğin kapsamının Türkiye'deki tedavi ve seyahat süreciyle sınırlandırılması ve yerleşik sigorta şirketlerinden poliçe alma zorunluluğu, mekanizmanın odak noktasını ve yerel ekonomiye katkı potansiyelini belirlemektedir. Sağlık kuruluşları ve yetkili aracı kuruluşlar için sunulan bu teşvik, Türkiye'nin sağlık turizmi alanındaki uluslararası rekabetçiliğini ve destinasyon cazibesini artırmada önemli bir finansal araç işlevi görmektedir.

2.3.5. İstihdam Desteği

İstihdam Desteği (Karar Madde 91, Genelge Madde 8), sektördeki kuruluşların uluslararası operasyonel kapasitelerini güçlendirmek amacıyla nitelikli personel istihdamına ilişkin maliyetlerin bir kısmının kamu tarafından karşılanmasını hedeflemektedir. Desteğin temel amacı, özellikle uluslararası hasta ve müşteri ilişkileri, pazarlama, iletişim ve destek hizmetleri gibi alanlarda uzmanlaşmış personel istihdamını teşvik ederek, hizmet kalitesini ve küresel rekabet gücünü artırmaktır.

Bu destek mekanizmasından faydalanma hakkı, Karar ve Genelge'de tanımlanan yararlanıcı statüsündeki kurumlara aittir. Sağlık Turizmi Hizmetleri Sektörü özelinde, İstihdam Desteğinden; ilgili kamu otoritelerinin izin ve denetimi altında faaliyet gösteren Uluslararası Sağlık Turizmi Yetki Belgesi'ne sahip sağlık kuruluşları (hastaneler, tıp merkezleri, poliklinikler, muayenahaneler gibi) ile Uluslararası Sağlık Turizmi Yetki Belgesi'ne sahip sağlık turizmi aracı kuruluşları yararlanabilmektedir. Destek, doğrudan çalışana değil, belirtilen niteliklerdeki personeli istihdam eden ve maaş ödemesini gerçekleştiren bu yararlanıcı kurumlara sağlanmaktadır.

Desteğin kapsamı, yararlanıcıların uluslararası hizmet sunum süreçlerini desteklemek amacıyla ilk defa istihdam edecekleri belirli meslek gruplarındaki personelin

brüt ücret giderleridir. Genelge Madde 8(1) ve Genelge ekinde "İstihdamı Desteklenecek Personelde Aranılan Nitelikler" çerçevesinde desteklenen temel pozisyonlar; tercüman, çağrı merkezi personeli, rehber (ilgili ruhsatnameye sahip), sosyal medya uzmanı, pazarlama uzmanı, bakım elemanı (sağlık kuruluşları bünyesinde) ve sosyal hizmet uzmanıdır. Literatür bilgilerine bakıldığında, Sağlık turizmi hizmetlerinde sosyal hizmet uzmanlarının aktif rol alması, psikososyal destek süreçlerini güçlendirmektedir (Doğruyol, 2024), ayrıca sağlık hizmetlerinde iletişim, tercümanlık desteğiyle kültürler arası güvenin tesis edilmesine katkı sağlamaktadır (Şimşir, 2024). Bu pozisyonların seçimi, desteğin doğrudan tıbbi hizmet sunumundan ziyade, uluslararası hasta/müşteri deneyimini iyileştiren, iletişimi güçlendiren ve pazarlama faaliyetlerini profesyonelleştiren destekleyici rollere odaklandığını göstermektedir. İstihdam edilecek personelin, mevzuatta belirtilen spesifik eğitim, dil yeterliliği ve/veya deneyim gibi nitelikleri taşıması zorunludur. Önemle belirtmek gerekir ki, doktor, diş hekimi, hemşire gibi doğrudan sağlık hizmeti sunumuna ilişkin temel sağlık profesyonellerinin istihdam giderleri bu destek kapsamında değildir (Genelge EK-8Ç Madde 7).

Finansal ve süreçsel açıdan destek, belirli parametrelere tabidir. Destek oranı, Sağlık Turizmi sektörü yararlanıcıları için %60 olarak belirlenmiştir. Destek tutarı hesaplanırken, istihdam edilen personelin Sosyal Güvenlik Kurumu'na bildirilen prime esas kazanç (brüt ücret) tutarı dikkate alınır (Genelge Madde 8(4)). Ancak, desteklenecek brüt ücretin personel başına aylık bir üst limiti bulunmaktadır. Ayrıca, yararlanıcının türüne göre (muayenehane/poliklinikler için farklı, diğer sağlık turizmi yararlanıcıları için limitleri farklı) yıllık toplam destek üst limiti de uygulanmaktadır. Yararlanıcılar bu destekten en fazla 5 yıl boyunca faydalanabilir (Genelge Madde 91(2)). Destek süreci iki aşamalıdır: Öncelikle, personel istihdam edilmeden önce, Genel Müdürlüğe "İstihdam Desteği Ön Onay Başvuru Belgeleri" ile başvurularak ön onay alınması gerekmektedir (Genelge Madde 8(1)). Ön onayın ardından istihdam gerçekleştirildikten ve maaş ödemeleri yapıldıktan sonra, en az üçer aylık dönemler itibarıyla Hizmet İhracatçıları Birliği (HİB) Genel Sekreterliği'ne "İstihdam Desteği Başvuru Belgeleri" ile destek ödeme başvurusu yapılır (Genelge Madde 8(2), Madde 33). Tüm başvuruların KEP aracılığıyla ve e-imza kurallarına uygun yapılması esastır.

Sonuç olarak, 5448 sayılı Karar kapsamındaki İstihdam Desteği, Sağlık Turizmi sektörünün uluslararasılaşmasında önemli bir rol oynayan nitelikli insan kaynağına erişimini kolaylaştırmayı amaçlayan stratejik bir teşviktir. Belirli destekleyici pozisyonlara odaklanması, personel için nitelik şartları araması ve ön onay mekanizması

içermesi, desteğin hedefe yönelik ve kontrollü kullanımını sağlamaya yöneliktir. Brüt ücret üzerinden %60 oranında ve belirlenen limitler dahilinde sağlanan bu finansal katkı, yararlanıcıların uluslararası operasyonel maliyetlerini azaltarak, hizmet kalitesini yükseltmelerine ve küresel pazarlarda daha etkin rekabet etmelerine olanak tanımaktadır. Bu destek, sektörün profesyonelleşmesine ve sürdürülebilir ihracat artışına katkı sağlama potansiyeli taşımaktadır.

2.3.6. Yabancı Dil ve Sağlık Turizmi Eğitimi Desteği

Yabancı Dil ve Sağlık Turizmi Eğitimi Desteği (Karar Madde 92, Genelge Madde 9), sektörde faaliyet gösteren kuruluşların çalışanlarının mesleki yetkinliklerini, özellikle uluslararası iletişim ve sektörel bilgi düzeylerini geliştirmelerine yönelik eğitim maliyetlerinin kamu tarafından desteklenmesini öngörmektedir. Desteğin temel amacı, hizmet kalitesini doğrudan etkileyen personel yetkinliğini artırarak, uluslararası hasta ve müşteri memnuniyetini yükseltmek ve sektörün küresel pazarlardaki rekabet gücünü pekiştirmektir.

Bu destek mekanizmasından yararlanma hakkı, Karar ve Genelge'de tanımlanan yararlanıcı statüsündeki kurumlara tanınmıştır. Uluslararası Sağlık Turizmi Yetki Belgesi'ne sahip sağlık kuruluşları (hastaneler, tıp merkezleri, poliklinikler, muayenehaneler vb.) ile sağlık turizmi aracı kuruluşları faydalanabilmektedir. Destek ödemesi, eğitimi alan personele değil, eğitimi aldırان ve eğitim giderini karşılayan yararlanıcı kuruma yapılmaktadır.

Nitelikli insan kaynağı, sağlık turizminin rekabet gücünü doğrudan etkileyen faktörlerden biridir (Sertgöz & Uymaz, 2024). İnsan kaynaklarının niteliği, sağlık turizminde hasta memnuniyeti üzerinde doğrudan belirleyici etkiye sahiptir (Akgül, 2020, s. 82). Desteğin kapsamı, yararlanıcıların istihdam ettiği personelin alacağı yabancı dil eğitimleri ile sağlık turizmine özgü mesleki eğitimlere ilişkin giderlerdir. Ancak, bu giderlerin desteklenebilmesi için önkoşul bulunmaktadır: Eğitimin, Türkiye'de yerleşik olan ve Ticaret Bakanlığınca yetkilendirilerek "Yabancı Dil ve Sağlık Turizmi Eğitimi Protokolü" imzalanmış yükseköğretim kurumlarından alınması zorunludur. Yetkilendirilen bu kurumlar "Yetkilendirilmiş Yükseköğretim Kurumları ve Eğitim Programları" listesinde ilan edilir. Yükseköğretim kurumlarının bu listeye dahil olma süreci ve aranan nitelikler ise Genelge Eki EK-9Ç'de ayrıca düzenlenmiştir. Personelin aldığı eğitimin desteklenebilmesi için, ilgili eğitim programına en az %90 oranında devamlılık sağlanması ve eğitim kurumu tarafından yapılan sınav veya değerlendirmeler

sonucunda başarılı ("geçer not") olması gerekmektedir (Genelge Madde 9(2)) (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2022; T.C. Ticaret Bakanlığı, 2024a).

Finansal ve süreçsel parametreler incelendiğinde, sağlık turizmi sektörü yararlanıcıları için destek oranı %60 olarak tespit edilmiştir. Yıllık destek üst limiti, yararlanıcının niteliğine göre farklılaşmaktadır; muayenehaneler ve poliklinikler için ayrı bir limit, diğer sağlık turizmi yararlanıcıları için ise daha yüksek bir limit geçerlidir (Karar Madde 92(1)). Destek başvurusu, eğitimin tamamlanmasını ve ilgili giderin ödenmesini müteakip, ödeme belgesi tarihinden itibaren en geç altı ay içinde (Genelge Madde 32) yararlanıcı kurum tarafından Hizmet İhracatçıları Birliği (HİB) Genel Sekreterliği'ne (Genelge Madde 33) yapılmalıdır. Başvuruda, "Yabancı Dil ve Sağlık Turizmi Eğitimi Desteği Başvuru Formu" ile birlikte "Yabancı Dil ve Sağlık Turizmi Eğitimi Desteği Başvuru Belgeleri" listesinde detaylandırılan (fatura, ödeme belgesi, personelin eğitim dönemi SGK dökümü, Eğitim Alan Personel Listesi formatında devam ve başarı durumunu gösterir belgeler vb.) dokümanların Kayıtlı Elektronik Posta (KEP) aracılığıyla ve e-imza kurallarına uygun olarak sunulması gerekmektedir.

Sonuç olarak, Yabancı Dil ve Sağlık Turizmi Eğitimi Desteği, 5448 sayılı Karar kapsamında, sektörün en önemli sermayesi olan insan kaynağının niteliğini doğrudan hedefleyen stratejik bir teşvik unsurudur. Desteğin yetkilendirilmiş yükseköğretim kurumları ve imzalanan protokoller aracılığıyla yürütülmesi, eğitim kalitesini güvence altına alma ve süreci standardize etme amacını taşımaktadır. Personel devamlılığı ve başarı kriteri ise, desteğin etkin kullanımını sağlamaya yöneliktir. Sağlık kuruluşları ve yetkili aracı kuruluşlar için sunulan bu %60 oranındaki finansal katkı, çalışanların uluslararası iletişim becerilerini ve sektörel uzmanlıklarını artırarak, hizmet kalitesini yükseltmelerine, hasta/müşteri memnuniyetini pekiştirmelerine ve dolayısıyla Türkiye'nin sağlık turizmi alanındaki küresel rekabet gücünü ve marka imajını güçlendirmelerine önemli ölçüde katkı sağlama potansiyeline sahiptir.

2.3.7. Hasta Yol Desteği

Hasta Yol Desteği (Karar Madde 93, Genelge Madde 10), ülkeye tedavi amacıyla gelen uluslararası hastaların ulaşım giderlerinin bir kısmının kamu tarafından karşılanmasını öngören stratejik bir araçtır. Desteğin temel amacı, Türkiye'yi sağlık hizmeti almak için tercih eden yabancı hastaların seyahat maliyetlerini azaltarak destinasyonun cazibesini artırmak ve bu yolla sağlık turizmi gelirlerini yükseltmektir.

Bu destek mekanizmasından doğrudan faydalananlar, yani destek ödemesini alabilecek kurumlar, Karar ve Genelge'de tanımlanan Uluslararası Sağlık Turizmi Yetki Belgesi'ne sahip sağlık kuruluşları (hastaneler, tıp merkezleri, poliklinikler, muayenehaneler vb.) ile sağlık turizmi aracı kuruluşları faydalanabilmektedir. Ancak, bu destekten yararlanmanın önkoşulu, ilgili yararlanıcının öncelikle Genel Müdürlük ile karşılıklı olarak "Hasta Yol Protokolü"nü imzalamış olmasıdır (Genelge Madde 10(1), 10(4)). Bu protokol, desteğin uygulanmasına ilişkin usul ve esasları belirleyen bir çerçeve anlaşması niteliğindedir ve desteğe hak kazanmak için zorunludur. Protokolün Genel Müdürlükçe imzalandığı tarih itibarıyla Türkiye'ye giriş yapan hastaların giderleri destek kapsamına alınır (Genelge Madde 10(2)).

Desteğin kapsamı, yurt dışından Türkiye'ye tedavi amacıyla gelen hastaların uluslararası uçak bileti giderleri ile sınırlıdır (Karar Madde 93(1), Genelge Madde 10(1)). Desteklenecek ulaşım, ekonomi sınıfı uçuşları kapsamaktadır. Destekten faydalanılabilmesi için hastanın Türkiye'ye giriş tarihinden itibaren en geç yedi gün içinde ilgili sağlık kuruluşuna tedavi amacıyla kayıt yaptırmış olması şartı aranmaktadır (Genelge Madde 10(3)). Bu koşul, desteğin sadece fiilen tedavi alan hastalar için kullanılmasını sağlamaya yöneliktir. Destek süreci iki aşamalıdır: İlk olarak, yararlanıcı olmak isteyen sağlık kuruluşu veya aracı kuruluş, protokolü imzalayarak Genel Müdürlüğe başvurur ve protokolün onaylanmasını bekler. İkinci aşamada, protokol onaylandıktan sonra, tedavi amacıyla getirilen ve sağlık kuruluşuna kaydı yapılan hastaların uçak bileti giderlerine ilişkin destek ödeme başvurusu, hastanın kaydını müteakip ("hastanın sağlık kuruluşuna kaydını müteakip"- Genelge Madde 10(1)) ve ilgili ödeme belgesi tarihinden itibaren en geç altı ay içinde (Genelge Madde 32) yararlanıcı kurum tarafından Hizmet İhracatçıları Birliği (HİB) Genel Sekreterliği'ne yapılır (Genelge Madde 33). Başvuruda, "Hasta Yol Desteği Başvuru Formu" ve "Hasta Yol Desteği Başvuru Belgeleri" listesinde (Tedavi Edilen Hasta Listesi dahil) belirtilen belgelerin KEP aracılığıyla ve e-imza kurallarına uygun olarak sunulması gerekmektedir (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2022; T.C. Ticaret Bakanlığı, 2024a, Uluslararası Hizmet Ticareti Genel Müdürlüğü,2024).

Finansal açıdan destek, %60 oranı üzerinden hesaplanır ve hem hasta başına hem de yararlanıcının türüne göre yıllık toplam üst limitlere tabidir (Karar Madde 93). Yararlanıcılar bu destekten en fazla 5 yıl süreyle faydalanabilir.

Sonuç olarak, Hasta Yol Desteği, 5448 sayılı Karar çerçevesinde, Türkiye'nin sağlık turizmi alanındaki uluslararası rekabet gücünü artırmak amacıyla kurgulanmış,

erişim maliyetlerini doğrudan hedefleyen spesifik bir teşvik mekanizmasıdır. Protokol bazlı işleyişi ve belirli idari koşulları (7 gün içinde kayıt vb.), desteğin amacına uygun ve kontrollü kullanımını sağlamayı hedeflerken, %60'lık destek oranı ve belirlenen limitler, uluslararası hastalar için Türkiye'yi finansal açıdan daha cazip hale getirme potansiyeli taşımaktadır. Sağlık kuruluşları ve yetkili aracı kuruluşlar için sunulan bu destek, uluslararası hasta akışını teşvik ederek sektörün büyümesine ve hizmet ihracatı gelirlerinin artırılmasına doğrudan katkı sağlama amacı gütmektedir.

2.3.8. Reklam, Tanıtım ve Pazarlama Desteği

Reklam, Tanıtım ve Pazarlama (RTP) Desteği" (Karar Madde 94, 104(a); Genelge Madde 11), sektör aktörlerinin yurt dışı pazarlara yönelik tanıtım faaliyetlerine ilişkin maliyetlerinin önemli bir kısmının kamu tarafından karşılanmasını öngörmektedir. Desteğin temel amacı, Türk sağlık hizmetlerinin küresel ölçekte tanıtımını ve markalaşmasını destekleyerek, uluslararası talep yaratmak ve sektörün ihracat potansiyelini maksimize etmektir.

Bu destek mekanizmasından faydalanma yetkisi hem bireysel hizmet sunucularına hem de kolektif yapıları temsil eden kuruluşlara tanınmıştır. RTP Desteğinden; Uluslararası Sağlık Turizmi Yetki Belgesi'ne sahip sağlık kuruluşları (hastaneler, tıp merkezleri, poliklinikler, muayenahaneler vb.), Uluslararası Sağlık Turizmi Yetki Belgesi'ne sahip sağlık turizmi aracı kuruluşları ve sağlık turizmi sektöründe faaliyet gösteren işbirliği kuruluşları (sektörel dernekler, birlikler, konseyler, HİB vb.) yararlanabilmektedir. Bu geniş yararlanıcı yelpazesi, desteğin hem münferit firma düzeyinde markalaşmayı hem de sektörel tanıtım faaliyetlerini kapsadığını göstermektedir.

Desteğin kapsamı, Genelge eki "Desteklenen Reklam, Tanıtım ve Pazarlama Faaliyetleri Listesi"nde tanımlanan ve yurt dışı pazarlara yönelik olan faaliyetlerdir. Bu liste, geleneksel ve dijital reklamcılık (TV, radyo, basılı yayınlar, internet, sosyal medya, arama motoru reklamları), tanıtım materyalleri (katalog, broşür, web sitesi tasarımı/geliştirilmesi, mobil uygulamalar), halkla ilişkiler faaliyetleri, marka promosyonları, sektörel yayınlara verilen ilanlar, sponsorluklar (belirli limitler dahilinde) ve tanıtım filmi gibi geniş bir yelpazeyi içermektedir. Desteklenecek faaliyetlerin çerçevesini çizmekte ve harcamanın bu listedeki kalemlerle doğrudan ilişkili olması gerekmektedir. Genelgenin 38. maddesi uyarınca, salt yurt içine yönelik tanıtımlar veya çeviri giderleri gibi bazı kalemler kapsam dışı tutulmuştur.

Finansal ve süreçsel açıdan destek, belirli kurallar ve limitlere tabidir. Destek oranları yararlanıcı türüne göre farklılaşmaktadır: Uluslararası Sağlık Turizmi Yetki Belgesi'ne sahip sağlık kuruluşları (hastaneler, tıp merkezleri, poliklinikler, muayenehaneler vb.) ile sağlık turizmi aracı kuruluşları için genel oran %60 iken, işbirliği kuruluşları için bu oran %70'tir. Ayrıca, Kararın 104(a) maddesi uyarınca, Bakanlıkça kurulan sektörel internet portalına üye olan yararlanıcılar da portalda yer aldıkları süre boyunca %70 destek oranından faydalanır. Yıllık destek üst limitleri de yararlanıcının niteliğine göre (sağlık kuruluşları için muayenehane/polikliniklere daha düşük, diğerlerine daha yüksek limit; işbirliği kuruluşlarına en yüksek limit) farklılık göstermektedir (Karar Madde 94). Yararlanıcılar ve işbirliği kuruluşları bu destekten en fazla 5 yıl boyunca yararlanabilir. RTP Desteği'nin en önemli süreçsel özelliği, desteklenecek tüm faaliyetler için faaliyet başlangıç tarihinden en az bir ay önce Genel Müdürlük'ten ön onay alınması zorunluluğudur (Genelge Madde 11(1), Madde 31). Ön onay başvurusu, "Reklam, Tanıtım ve Pazarlama Desteği Ön Onay Başvuru Belgeleri" ve ilgili form ile KEP üzerinden yapılır. Ön onay alındıktan ve faaliyet gerçekleştirilip ödemesi yapıldıktan sonra, destek ödeme başvurusu, ödeme belgesi tarihinden itibaren en geç altı ay içinde (Genelge Madde 32) Hizmet İhracatçıları Birliği (HİB) Genel Sekreterliği'ne (Genelge Madde 33) yapılır. Bu başvuruda ise "Reklam, Tanıtım ve Pazarlama Desteği Başvuru Belgeleri" ve ilgili form (EK-11B) kullanılır. Ayrıca, faaliyetin "Hedef Ülkeler Listesi"nde yer alan bir ülkeye yönelik olması halinde destek oranına 10 baz puan ilave edilebilir (Genelge Madde 36).

Sonuç olarak, Reklam, Tanıtım ve Pazarlama Desteği, 5448 sayılı Karar'ın Sağlık Turizmi sektörüne yönelik en kapsamlı ve stratejik teşviklerinden biridir. Geniş yararlanıcı kitlesi, liste ile tanımlanan çeşitli tanıtım faaliyetlerini kapsamaması ve farklılaştırılmış oran/limitlerle sektöre önemli bir finansal kaynak sunması, bu desteğin önemini ortaya koymaktadır. Ancak, desteğin etkin kullanımı için önemli olan ön onay mekanizmasının ve diğer prosedürel gerekliliklerin yararlanıcılar ve işbirliği kuruluşları tarafından titizlikle takip edilmesi zorunludur. Başarılı bir şekilde uygulandığında, bu destek mekanizması, sağlık turizmi hizmeti sunan markalarının küresel bilinirliğini ve pazar erişimini önemli ölçüde artırarak, sektörün sürdürülebilir ihracat büyümesine ve Türkiye'nin hizmet ihracatı hedeflerine ulaşmasına ciddi katkılar sağlama potansiyeline sahiptir.

2.3.9. Birim Desteği

Birim Desteği, sağlık turizmi sektörlerinde faaliyet gösteren yararlanıcıların ve işbirliği kuruluşları yurt dışı operasyonlarını desteklemeyi amaçlamaktadır.

Birim Desteği, Karar kapsamında “birim” ve “merkez” kavramlarıyla birlikte kullanılabilir. Birim, sağlık turizmi sektöründe faaliyet gösteren yararlanıcıların veya işbirliği kuruluşları yurt dışında açılmış irtibat ofislerini ve paylaşımlı ofislerini; merkez ise ön tanı merkezlerini ifade eder. Bu destek, yurt dışındaki birimlerin vergi, resim ve harçlar dahil brüt kira ve komisyon giderleri ile açılış ve geniş işletmelere yönelik belgelendirme giderlerini kapsayan hedefleri kapsar. Amaç, sağlık turizmi aktörlerinin uluslararası pazarlara erişimlerini kolaylaştırmak, tanıtım ve hizmet sunma kapasitelerini artırmak ve böylece Türkiye'nin hizmet ihracatını desteklemektir. Bu mekanizma, ihracata dayalı büyüme modellerinde dışsal teşviklerin sektörel gelişiminin sürdürülebilirliğine dayanmaktadır (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2022; T.C. Ticaret Bakanlığı, 2024a, Uluslararası Hizmet Ticareti Genel Müdürlüğü,2024).

Destekten Uluslararası Sağlık Turizmi Yetki Belgesi'ne sahip sağlık kuruluşları (hastaneler, tıp merkezleri, poliklinikler, muayenehaneler vb.), Uluslararası Sağlık Turizmi Yetki Belgesi'ne sahip sağlık turizmi aracı kuruluşları ve sağlık turizmi sektöründe faaliyet gösteren işbirliği kuruluşları (sektörel dernekler, birlikler, konseyler, HİB vb.) yararlanabilmektedir.

Birim Desteği'nin başvuruları, yararlanıcının türüne göre farklılık gösterir. İşbirliği birimlerinin birimleri için, harcama öncesinde Uluslararası Hizmet Ticareti Genel Müdürlüğü'ne ön onay işlemi yapılması zorunludur. Bu başvuru, ilgili bilgi ve belgelerle desteklenir. Nihai destek işlemleri ise, kira, komisyon veya belgelendirme harcamalarının gerçekleşmesinden sonra Hizmet İhracatçıları Birliği'ne sunulur ve “Birim Destek Başvuru Belgeleri” ile tamamlanır. Ödeme belgesi tarihinden itibaren altı ay içinde başvuru yapılması gerekmektedir.

Bakanlık yurt dışı temsilcilikleri, destekleme sürecinde önemli bir denetim rolü oynamaktadır. Kira ve komisyon sözleşmelerinin tercüme edilerek onaylatılması zorunlu olup, bu belgelerde kiralayan, adres, kira, kullanım amacı ve ödeme şekli gibi bilgiler yer almalıdır. Temsilcilik, birimlerin ilk başvuru öncesinde ve desteğinin anında yerinde incelenmesini sağlar; bu inceleme, mevzuata ilişkin düzenlemeler ve giderlerin rayiç bedele uygunluğunun değerlendirilmesi “Birim Yerinde İnceleme ve Değerlendirme Formu” ile yapılmaktadır.

Birim Desteği iş birliği kurumları birimleri için yıllık üst limit, destek oranı %70 ve ÷lke başına 5 yıl süreyle uygulanacağı belirtilmiştir. Sağlık tesisleri ve aracı kurum birimleri için ise muayenehane ve poliklinikler için üst limit ayrı belirlenmiş, diğer yararlanıcılar için ayrı belirlenmiştir. Destek oranı %60 olup, hedef ÷lkelere yönelik %10 ilave destek sağlanmaktadır. Destek süresi ÷lke başına süre yine 5 yıldır. Altı ay ve üzeri kira ödemeleri tek seferde, onun dışında destek altışar aylık dönemler halinde ödenmektedir. Destek üst limitleri ilgili yıl ve güncel mevzuata göre T.C. Ticaret Bakanlığı tarafından belirlenmektedir.

Birim Desteği, sağlık turizmi sektöründe yurt dışı birimlerinin açılmasını ve işletilmesini teşvik ederek Türkiye'nin uluslararası hasta çekmesini sürdürebilir. İrtibat ofisleri ve ön tanı merkezleri, hedef pazarlarda doğrudan hizmet sunumu ve tanıtım imkanı sağlayarak sektörel erişimi genişletebilir.

Sonuç olarak Birim Desteği, Türkiye'nin sağlık turizmi sektöründe uluslararasılaşma çabalarını destekleyen bir mekanizmadır. Yurt dışı birimlerinin finansal yükleri hafiflerken, küresel pazarlara erişim imkanı vardır ve hizmet ihracatını içerir.

2.3.10. Yurt Dışı Etkinlik Katılım Desteği

Sağlık turizmi alanında faaliyet gösteren kuruluşların uluslararası pazarlarda görünürlüklerini artırmaları, sektörel ilişkiler geliştirmeleri ve marka bilinirliğini güçlendirmeleri açısından yurt dışı etkinliklere katılım büyük önem arz etmektedir. Bu bağlamda, Türkiye Cumhuriyeti Ticaret Bakanlığı tarafından 5448 sayılı Hizmet İhracatının Tanımlanması, Sınıflandırılması ve Desteklenmesi Hakkında Karar kapsamında sunulan Yurt Dışı Etkinlik Katılım Desteği, sektörel gelişimi teşvik eden önemli bir kamu politikası aracı olarak değerlendirilmektedir.

Destek, sağlık turizmi hizmeti sunan yararlanıcılar yani uluslararası sağlık turizmi yetki belgeli sağlık tesisleri ve aracı kurumlar ile işbirliği kuruluşlarının yurt dışında gerçekleştirilen fuar, kongre, konferans gibi etkinliklere bireysel veya toplu katılımına yönelik giderleri kapsamaktadır. Destek oranı %60 olup, hedef ÷lkelere yönelik %10 ilave destek sağlanmaktadır. Destek üst limitleri ilgili yıl ve güncel mevzuata göre T.C. Ticaret Bakanlığı tarafından belirlenmektedir (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2025). Prestijli etkinlikler, uluslararası katılımcı yoğunluğu yüksek, bölgesel veya küresel ölçekte etki yaratan organizasyonlar olarak tanımlanmaktadır (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2022).

Destekten faydalanabilmek için, etkinlik tarihinden en az bir ay önce ön onay başvurusu yapılması zorunludur. Başvurular Ticaret Bakanlığı'nın ilgili birimleri tarafından değerlendirilmektedir (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2022).

Bu destek, sağlık turizmi alanındaki kuruluşların rekabet gücünü artırma, potansiyel uluslararası hasta veya müşteri portföyünü genişletme ve Türkiye'nin hizmet ihracatı performansını iyileştirme hedeflerine doğrudan katkı sağlamaktadır. Aynı zamanda, destekleme sistemi içerisinde hedef ülke stratejileri ile uyumlu olarak katılım sağlanan etkinliklerde ilave destek puanı uygulanabilmekte, bu sayede stratejik pazarlara yönelim teşvik edilmektedir (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2024).

2.3.11. Milli Katılım Tanıtım Desteği

Türkiye'nin hizmet ihracatına dayalı ekonomik büyüme stratejisi doğrultusunda uygulamaya konulan destek mekanizmalarından biri olan Milli Katılım Tanıtım Desteği, sağlık turizmi sektöründe faaliyet gösteren işbirliği kuruluşları ile milli katılım organizatörlerini hedeflemektedir. Bu destek, uluslararası düzeyde düzenlenen prestijli etkinliklere katılımı teşvik ederek, Türk sağlık turizmi markalarının yurt dışı pazarlarda tanıtımına katkı sağlamayı amaçlamaktadır.

5448 sayılı Hizmet İhracatının Tanımlanması, Sınıflandırılması ve Desteklenmesi Hakkında Karar ve bu karara ilişkin Uygulama Usul ve Esaslarına İlişkin Genelge kapsamında tanımlanan bu destek türü, yalnızca bireysel değil, toplu katılım esasına dayalı olarak organize edilen fuar, kongre ve benzeri etkinliklerde gerçekleştirilen tanıtım faaliyetlerini kapsamaktadır. Bu yönüyle, Türkiye'nin sektörel temsilini ve marka gücünü kolektif düzeyde yurt dışında sergileme imkânı sunmaktadır (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2022, T.C. Ticaret Bakanlığı, 2024a).

2025 yılı itibarıyla destek oranı %70 olarak belirlenmiş ve her bir etkinlik için destek üst limiti 6.564.711 TL olarak güncellenmiştir. Destek üst limitleri ilgili yıl ve güncel mevzuata göre T.C. Ticaret Bakanlığı tarafından belirlenmektedir (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2025). Destekten yararlanılabilmesi için başvuruların, etkinlik tarihinden en az iki ay önce milli katılım organizatörü tarafından gerçekleştirilmesi zorunludur. Bu ön onay başvurusu, tanıtım faaliyetlerinin Bakanlık denetimi ve koordinasyonu altında yürütülmesini garanti altına alarak şeffaflık ve etkinlik sağlamaktadır (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2022).

Desteğin kapsamına giren harcamalar arasında; etkinlik alanı kira giderleri, tanıtım materyalleri, görsel ve basılı reklam çalışmaları, stant kurulumu ve operasyonel

lojistik hizmetler gibi çeşitli tanıtım faaliyetlerine ilişkin giderler yer almaktadır. Bu yönüyle destek, yalnızca finansal bir yardım olmanın ötesinde, sektörel kapasite geliştirme ve uluslararası kurumsal imaj oluşturma amacı taşımaktadır (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2024a).

Milli Katılım Tanıtım Desteği, Türkiye'nin hedef pazarlarda daha güçlü bir şekilde konumlanmasını sağlarken aynı zamanda firmalar arasındaki sinerjiyi artıran bir platform yaratmaktadır. Nitekim bireysel katılıma göre daha düşük maliyetle daha yüksek etki yaratma potansiyeli barındırması, bu desteği stratejik açıdan önemli kılmaktadır.

2.3.12. Yurt İçi Etkinlik Katılım Desteği

Türkiye'nin sağlık turizmi sektöründe kurumsal kapasiteyi geliştirme ve iç pazarda tanıtım faaliyetlerini teşvik etme hedefi doğrultusunda oluşturulan destek unsurlarından biri de Yurt İçi Etkinlik Katılım Desteğidir. Bu destek türü, sağlık turizmi alanında faaliyet gösteren yararlanıcıların yurt içinde düzenlenen fuar, kongre, seminer, konferans gibi etkinliklere katılım giderlerinin belirli bir oranını karşılamak suretiyle, tanıtım ve iş birliği faaliyetlerini yaygınlaştırmayı amaçlamaktadır.

5448 sayılı Hizmet İhracatının Tanımlanması, Sınıflandırılması ve Desteklenmesi Hakkında Karar ile bu karara istinaden yayımlanan Uygulama Usul ve Esasları Genelgesi kapsamında düzenlenen bu destek, sağlık hizmet sunucuları sağlık tesisleri ile sağlık turizmi aracı kuruluşlarını ve ilgili işbirliği kuruluşlarını kapsamaktadır. Destekten yararlanabilecek kurumlar hem bireysel hem kurumsal nitelikteki yurt içi etkinliklere katılım sağlayarak, hizmetlerini doğrudan hedef kitle ile buluşturma imkânı elde etmektedirler (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2022).

2025 yılı itibarıyla destek oranı %70 olarak belirlenmiş; destek üst limiti ise etkinlik başına 1.367.553 TL olarak güncellenmiştir (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2025). Destek, her yıl en fazla beş ayrı program için kullanılabilir (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2024a). Sağlık turizmi alanında faaliyet gösteren yararlanıcıların bu destekten faydalanabilmeleri için etkinliğin başlamasından önce belirlenen süreler içinde başvurularını gerçekleştirmeleri gerekmektedir. Başvuru süreci, Ticaret Bakanlığı'nın ilgili birimleri ya da Hizmet İhracatçıları Birliği Genel Sekreterliği üzerinden yürütülmektedir (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2022).

Yurt İçi Etkinlik Katılım Desteği; stant kirası, nakliye giderleri, tanıtım materyalleri, organizasyon hizmetleri, dijital altyapı gibi kalemlerde oluşan giderleri kapsamakta ve desteklemektedir. Böylece sektör aktörleri, ulusal düzeyde düzenlenen

etkinliklerde görünürlük kazanarak potansiyel hasta, müşteri veya iş ortaklarıyla doğrudan iletişim kurma imkânına sahip olmaktadır. Aynı zamanda, sağlık turizmi hizmetlerinin iç pazarda markalaşması, toplumda farkındalık oluşturulması ve yerli sağlık sistemine güvenin artırılması gibi yan faydalar da bu destek kalemiyle ilişkilendirilebilmektedir (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2024a).

Bu yönüyle Yurt İçi Etkinlik Katılım Desteği, yalnızca dışa dönük pazarlama faaliyetlerini değil, aynı zamanda sektörel iç dinamikleri de güçlendirmeye hizmet eden çift yönlü bir politika aracı olarak değerlendirilmektedir. Uluslararası hasta trafiğinin artmasında iç pazarın hazırlık düzeyinin ve tanıtım kalitesinin önemi dikkate alındığında, bu tür desteklerin sektörel sürdürülebilirlik açısından stratejik önemi artmaktadır.

2.3.13. Yurt İçi Tanıtım ve Eğitim Desteği

Türkiye'nin sağlık turizmi sektörlerinde kurumsal kapasitenin artırılması, ulusal düzeyde bilinçlendirme faaliyetlerinin yaygınlaştırılması ve iç pazarda bilgi düzeyinin yükseltilmesine yönelik önemli destek mekanizmalarından biri de Yurt İçi Tanıtım ve Eğitim Desteğidir. Bu destek türü hem bireysel sağlık kuruluşlarını hem de sektörün temsilcisi olan işbirliği kuruluşlarını hedef alarak, eğitim programları ve tanıtım faaliyetlerinin gerçekleştirilmesini teşvik etmektedir.

5448 sayılı Hizmet İhracatının Tanımlanması, Sınıflandırılması ve Desteklenmesi Hakkında Karar ve ilgili Uygulama Usul ve Esaslarına İlişkin Genelge kapsamında tanımlanan bu destek, sağlık turizmi alanında faaliyet gösteren kurumların iç pazarda düzenleyecekleri eğitim seminerleri, tanıtım toplantıları, bilinçlendirme kampanyaları gibi faaliyetlerini kapsamaktadır. Desteğin temel amacı, sağlık turizmi hizmetlerine ilişkin bilgi, farkındalık ve iletişim düzeyini artırarak, nitelikli hizmet sunumunun güçlendirilmesidir (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2022).

2025 yılı itibarıyla destek oranı %70 olarak belirlenmiş; bireysel yararlanıcılar için her bir program başına destek üst limiti 2.735.107 TL, işbirliği kuruluşları için ise 5.470.213 TL olarak güncellenmiştir. Destek, her yıl en fazla beş ayrı program için kullanılabilir (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2024a). Bu kapsamda yapılacak başvuruların, etkinlik tarihinden en az bir ay önce gerçekleştirilmesi zorunlu tutulmuştur. Bu ön onay süreci, faaliyetlerin Bakanlık tarafından izlenebilir ve değerlendirilebilir nitelikte olmasını garanti altına almaktadır (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2022).

Destek kapsamına giren giderler arasında; eğitim ve seminerlerin organizasyonu, tanıtım materyallerinin hazırlanması, eğitmen veya konuşmacı ücretleri, konaklama ve

ulaşım giderleri, görsel-işitsel teknik ekipman kiralamaları gibi faaliyetleri doğrudan destekleyen kalemler yer almaktadır. Özellikle sektörün gelişiminde önemli bir rol oynayan insan kaynağının eğitimi ve yerel ölçekte bilgi yayılımı, bu destek sayesinde sürdürülebilir bir yapıya kavuşturulmaktadır (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2024).

Yurt İçi Tanıtım ve Eğitim Desteği, yalnızca teknik ve mesleki eğitimlerin değil, aynı zamanda hasta iletişimi, dijital pazarlama, sosyal medya yönetimi, hizmet içi kalite standartları gibi alanlarda da sektörel bilgi birikiminin artırılmasına olanak tanımaktadır. Böylece sektörün hem nitel hem de nicel gelişimi desteklenerek, Türkiye'nin sağlık turizmi alanındaki uluslararası rekabet gücünün temel taşı olan insan kaynağı güçlendirilmektedir.

Sonuç olarak, Yurt İçi Tanıtım ve Eğitim Desteği, sağlık turizmi sektörlerinin ulusal ölçekte kurumsallaşmasına katkı sağlayan, stratejik değeri yüksek bir kamu destek unsurudur. Bu destek aracılığıyla oluşturulan bilgi ekosistemi, uluslararası hasta memnuniyetini artıracak nitelikli hizmet altyapısının sürdürülebilirliğine doğrudan katkı sunmaktadır.

2.3.14. rn Yerleştirme Desteği

Sağlık turizmi sektörlerinin uluslararası düzeyde görünürlüğünün artırılması ve marka bilinirliğinin güçlendirilmesi amacıyla uygulanan kamu desteklerinden biri olan ürün yerleştirme desteği, hedef kitleyle etkileşim kurma potansiyeli yüksek mecralarda gerçekleştirilen tanıtım faaliyetlerini teşvik etmektedir. Söz konusu destek, hizmet sağlayıcıların medya ve eğlence içerikleri aracılığıyla hizmet ve marka tanıtımını gerçekleştirmelerine olanak tanıyarak, pazarlama iletişiminde yaratıcı yöntemlerin kullanımını teşvik etmektedir.

5448 sayılı Hizmet İhracatının Tanımlanması, Sınıflandırılması ve Desteklenmesi Hakkında Karar ve bu Karar'a ilişkin Uygulama Usul ve Esasları Genelgesi çerçevesinde yürürlüğü giren destek mekanizması, sağlık turizmi alanında faaliyet gösteren yararlanıcılar ile işbirliği kuruluşlarına yönelik olarak düzenlenmiştir. rn yerleştirme desteği; sinema filmi, televizyon dizisi, dijital dizi/film, belgesel ve benzeri içeriklere, tanıtım yapılan sağlık turizmi hizmetinin doğrudan veya dolaylı olarak yerleştirilmesi durumunda geçerli olmaktadır (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2022).

2025 yılı itibarıyla destek oranı %70 olarak belirlenmiş; yıllık destek st limiti bireysel yararlanıcılar için 5.470.213 TL, işbirliği kuruluşları için ise 10.942.702 TL olarak güncellenmiştir. Destek, her yıl en fazla beş ayrı program için kullanılabilmektedir

(T.C. Ticaret Bakanlığı, 2024a). Destek başvurusunun geçerli sayılabilmesi için faaliyet tarihinden en az bir ay önce ön onay başvurusunun gerçekleştirilmesi zorunludur. Ön onay süreci, yerleştirme yapılacak mecraların niteliği ve hedef kitle uyumunun değerlendirilmesini de kapsamaktadır (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2022).

Destek kapsamına alınabilecek faaliyetler; televizyon ve dijital platformlarda yayınlanan içeriklerde sağlık turizmi kurumlarının logolarının görünmesi, hizmetlerin senaryo içinde anlatılması ya da görsel materyallerinin yer alması gibi çeşitli biçimlerde olabilir. Bu yönüyle ürün yerleştirme desteği, klasik reklam modellerinden farklı olarak içerik odaklı pazarlama yaklaşımını benimsemekte ve hizmet sunucularının marka bilinirliğini hedef kitlenin doğal medya tüketim alışkanlıkları üzerinden artırmayı amaçlamaktadır (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2024a).

Sağlık turizmi sektörleri için bu destek kalemi, özellikle uluslararası hasta temininde marka güvenilirliği oluşturmada ve hizmet kalitesinin kamuoyuna etkili bir biçimde iletilmesinde önemli bir rol üstlenmektedir. Nitekim, görsel medya içeriklerinin duygusal etkileyciliği ve erişim kapasitesi, tanıtım faaliyetlerinin çarpan etkisini artırmakta ve hizmet ihracatının büyümesine katkı sağlamaktadır.

Sonuç olarak, ürün yerleştirme desteği, sağlık turizmi sektöründe marka konumlandırması, farkındalık yaratma ve pazar erişimini artırma gibi stratejik hedeflerin gerçekleştirilmesinde etkin bir araç olarak değerlendirilmelidir. Ancak bu destekten azami fayda sağlanabilmesi için içerik seçiminde dikkatli olunmalı; hedef kitleyle örtüşen, kültürel duyarlılıklara uygun ve sektörel etik değerlere bağlı yapımlar tercih edilmelidir.

2.3.15. Sektörel Alım Heyeti ve Sektörel Ticaret Heyeti Desteği

Türkiye'nin sağlık turizmi sektörlerinde uluslararası pazarlara açılımını teşvik etmeye yönelik geliştirilen destek araçları arasında yer alan Sektörel Alım Heyeti ve Sektörel Ticaret Heyeti destekleri, hedef pazarlarda kalıcı iş birliklerinin kurulmasını ve hizmet ihracatının artırılmasını amaçlayan stratejik mekanizmalardır. Bu destek türleri, 5448 sayılı Hizmet İhracatının Tanımlanması, Sınıflandırılması ve Desteklenmesi Hakkında Karar ve ilgili Uygulama Usul ve Esasları Genelgesi kapsamında yapılandırılmıştır.

Sektörel Alım Heyeti Desteği, yurt dışında faaliyet gösteren kurum ve kuruluş temsilcilerinin Türkiye'ye davet edilerek sağlık turizmi alanında faaliyet gösteren firmalarla ikili iş görüşmeleri yapmalarını, sağlık tesislerini ve altyapılarını yerinde

incelemelerini, sektörel fuar, kongre ya da seminerlere katılmalarını sağlamaya yönelik organizasyonları kapsamaktadır. Bu kapsamda, Türkiye'nin sağlık altyapısının uluslararası kamuoyuna doğrudan tanıtılması ve karar vericilerle sürdürülebilir ilişkiler kurulması hedeflenmektedir (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2022).

Sektörel Ticaret Heyeti Desteği ise sağlık turizmi alanında faaliyet gösteren Türk işbirliği kuruluşları ile sağlık hizmet sunucularının yurt dışında yerleşik potansiyel iş ortaklarıyla bir araya gelmesini sağlayan tanıtım ve iş geliştirme programlarını içermektedir. Heyet kapsamında, ikili görüşmelerin yanı sıra, potansiyel partner kurumların ziyaret edilmesi, sektörel organizasyonlara katılım sağlanması ve hedef pazarlarda Türkiye'nin sağlık turizmi vizyonunun sunulması öngörülmektedir (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2022).

Her iki destek türü için uygulanan destek oranı %70 olup, destek üst limiti organizasyon başına ilgili yıl ve güncel mevzuata göre T.C. Ticaret Bakanlığı tarafından belirlenmektedir (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2024a). Başvurular yalnızca işbirliği kuruluşları tarafından yapılabilmekte; faaliyet başlamadan en az iki ay önce ön onay başvurusunun tamamlanmış olması gerekmektedir. Bakanlıkça uygun bulunan faaliyetler, içerik ve kapsam açısından denetime tabi tutulmakta ve tamamlandıktan sonra destek ödemesi yapılmaktadır (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2022).

Bu destek türleri, klasik tanıtım yöntemlerinden farklı olarak, doğrudan insan ilişkilerine ve saha deneyimine dayalı bir pazarlama yaklaşımını benimsemekte; karşılıklı güvene dayalı iş birliklerinin gelişmesini kolaylaştırmaktadır. Özellikle sağlık turizminde hasta tercihlerini etkileyen unsurlar arasında kalite, erişim kolaylığı ve karşılıklı ilişki düzeyi ön plana çıktığı düşünüldüğünde, alım ve ticaret heyetleri yoluyla kurulan profesyonel bağların uzun vadeli katkılar sunması beklenmektedir.

Sonuç olarak, Sektörel Alım Heyeti ve Ticaret Heyeti Desteği; Türkiye'nin sağlık turizmi alanında uluslararası rekabet gücünü artıran, bilgi temelli ve ilişki odaklı dışa açılım modelleridir. Bu mekanizmaların etkin kullanımı, hem mikro düzeyde işletmelerin ihracat yetkinliklerini artırmakta hem de makro düzeyde Türkiye'nin hizmet ihracatı politikalarına stratejik katkı sunmaktadır.

2.3.16. HİSER Projesi Desteği

5448 sayılı Hizmet İhracatının Tanımlanması, Sınıflandırılması ve Desteklenmesi Hakkında Karar çerçevesinde yürütülen Hizmet İhracatını Geliştirme Amacıyla Yüksek Katma Değerli İhtisaslaşmış Destek (HİSER) Projesi, işbirliği kuruluşlarının

öncülüğünde, kümelenme anlayışı temelinde planlanan ve yürütülen projeler aracılığıyla hizmet ihracatının artırılmasını, mevcut pazarlardaki payın yükseltilmesini ve yeni pazarlar bulunmasını hedefleyen stratejik bir destek mekanizmasıdır. Sağlık turizminde kümelenme yaklaşımı ise, küme üyelerinin ortak tanıtım faaliyetlerini güçlendirmek ve yüksek kaliteli sağlık hizmetleri sunan bir destinasyon imajı oluşturmak amacıyla teşvik edilmektedir. Kümelenme yoluyla gerçekleştirilen ortak çalışmalar, destinasyon genelinde kaliteli sağlık hizmeti sunulduğuna dair olumlu bir algı oluşturarak, potansiyel sağlık turistlerinin destinasyon tercihini olumlu yönde etkilemeyi hedeflemektedir (Caner, 2022). Bu bağlamda HİSER Projesi Desteği, belirlenen faaliyetlere ilişkin giderlerin belirli oranlarda karşılanması suretiyle işbirliği kuruluşlarının uluslararası rekabetçiliğinin güçlendirilmesine katkıda bulunmayı amaçlamaktadır (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2022; T.C. Ticaret Bakanlığı, 2024a, Uluslararası Hizmet Ticareti Genel Müdürlüğü,2024).

Desteklenecek Faaliyetler ve Kapsamı:

HİSER Projesi Desteği, projenin hedeflerine ulaşılmasına yönelik çeşitli faaliyetleri kapsamaktadır. Bu faaliyetler genel olarak aşağıdaki başlıklar altında özetlenebilir:

İhtiyaç Analizi Faaliyeti: Yararlanıcıların rekabet güçlerinin ve ihracat kapasitelerinin geliştirilmesini teminen şirket, kurum veya kuruluş ile sektör ve pazar analizi konularında incelemeler yapılması, yararlanıcıların ihracat potansiyelinin belirlenerek ihracat stratejisi hazırlanması ve projenin yol haritasının oluşturulması süreçlerini içerir. Bu faaliyet kapsamında ihtiyaç analizi rapor bedeli ile faaliyet organizasyon giderleri desteklenmektedir. İşbirliği kuruluşu, bu hizmet alımlarında en az üç farklı teklif alarak seçimini yapar ve seçtiği teklifi ön onay başvurusunda sunar. İhtiyaç analizini gerçekleştiren hizmet sağlayıcının aynı projenin eğitim ve danışmanlık faaliyetlerinde görev almaması esastır.

Eğitim ve Danışmanlık Faaliyeti: Proje kapsamındaki yararlanıcıların bilgi ve becerilerini artırmaya yönelik eğitim ve danışmanlık hizmetlerinin alınmasına ilişkin giderleri kapsar. Desteklenen giderler arasında eğitim ve/veya danışmanlık hizmeti bedeli, faaliyet organizasyon giderleri ve tercümanlık hizmeti giderleri yer almaktadır. İşbirliği kuruluşu, bu hizmet alımlarında da en az üç teklif alarak seçimini yapar.

Tanıtım Faaliyeti: HİSER projesinin ve proje kapsamındaki yararlanıcıların tanıtımına yönelik gerçekleştirilen çeşitli tanıtım faaliyetlerine ilişkin giderleri içerir. Küme internet sitesinin yapım ve işletim gideri, katalog, broşür ve tanıtım malzemeleri

gideri, görsel, yazılı, işitsel ve dijital tanıtım giderleri ile küme tanıtım filmi yapım gideri ve küme logosunun tasarımına ilişkin giderler desteklenebilir. Ancak, tanıtım malzemelerinin nakliye bedelleri, sadece Türkçe yapılan tanıtım harcamaları, yurt içine yönelik tanıtım harcamaları, yurt dışında Türkçe yayın yapan yayın organlarında yapılan tanıtım harcamaları ve arama motoru optimizasyonu faaliyetlerine ilişkin giderler desteklenmemektedir. Genelge kapsamında desteklenen tanıtım materyallerinin başvuruya konu faaliyette kullanıldığına dair bilgi ve görsel örneklerin sunulması gerekmektedir.

Sektörel Ticaret Heyeti ve Sektörel Alım Heyeti Faaliyeti: Ülkemiz hizmet ihracatının artırılması, mevcut pazarlardaki payın yükseltilmesi ve yeni pazarlar bulunması amacıyla düzenlenen sektörel ticaret ve alım heyeti programlarına ilişkin giderleri kapsar. Bu kapsamda işbirliği kuruluşunun temsilcilerinin ve programa katılan yararlanıcıların veya davetli yabancı temsilcilerin ulaşım ve konaklama giderleri (belirli limitler dahilinde), tercümanlık hizmeti giderleri, toplantı ve ikili iş görüşmesi organizasyon giderleri, tanıtım giderleri ve fuar/kongre/konferans/seminer/festival etkinliklerine ilişkin temsilci kayıt ücretleri desteklenebilir. Bir yararlanıcının bu programlara katılabilmesi için ihtiyaç analizine ek olarak eğitim veya danışmanlık faaliyetlerinden en az birine katılmış olması gerekmektedir. Sektörel alım heyeti programlarında asgari katılımcı sayısı şartı bulunmamaktadır. Destek ödemesi için program sonuç raporunun Ticaret Bakanlığı Uluslararası Hizmet Ticareti Genel Müdürlüğünce uygun bulunması gerekmektedir. Programlar yol hariç en fazla beş gün süreyle desteklenir.

İstihdam Faaliyeti: HİSER projesinin kümelenme anlayışı temelinde planlanması ve proje faaliyetlerinin organizasyonu ile koordine edilmesine yönelik olarak ilk defa istihdam edilecek en fazla iki uzman personelin istihdam giderlerini proje süresince desteklemeyi amaçlar. İstihdamı desteklenecek personelde belirli nitelikler aranmaktadır. İstihdam giderine ilişkin destek ödemesinin yapılabilmesi için ihtiyaç analizi çalışmasının tamamlanması ve raporun Ticaret Bakanlığı Uluslararası Hizmet Ticareti Genel Müdürlüğünce onaylanması gerekmektedir. Desteklenen brüt ücret tutarı belirlenirken Sosyal Güvenlik Kurumuna bildirilen prime esas kazanç tutarı dikkate alınır. İstihdam desteği başvurusu en az üçer aylık dönemler itibarıyla yapılır.

Destekten Yararlanabilecekler:

HİSER Projesi Desteği'nden işbirliği kuruluşları yararlanabilmektedir. Bir HİSER projesinde en az 8 yararlanıcının yer alması gerekmektedir ve bu yararlanıcıların proje

sahibi ya da ortağı işbirliği kuruluşunun üyesi olması zorunludur. İşbirliği kuruluşu, diğer bir işbirliği kuruluşu ile birlikte ortak proje başvurusunda bulunabilir.

Destek Oranı ve Destek Üst Limitleri:

HİSER projesi kapsamındaki destek oranı genel olarak %75 olarak belirlenmiştir. Ancak, farklı faaliyet türleri için farklı üst limitler söz konusu olabilmektedir. Bu bağlamda, destek üst limiti organizasyon başına ilgili yıl ve güncel mevzuata göre T.C. Ticaret Bakanlığı tarafından belirlenmektedir. Proje başına, heyet başına ve istihdam edilecek personel başına farklı yıllık veya faaliyet bazlı üst limitler bulunmaktadır. Destek süreleri de faaliyet türüne göre değişiklik gösterebilmekle birlikte, HİSER projelerinin süresi genellikle 3 yıldır ve projenin performansına bağlı olarak Bakanlık tarafından 2 yıla kadar uzatılabilir.

Başvuru Süreci ve Dikkat Edilecek Hususlar:

HİSER Projesi Desteği'ne başvurular iki aşamalı olarak gerçekleştirilmektedir: ön onay başvurusu ve destek başvurusu.

Ön Onay Başvurusu: HİSER projesinin destek kapsamına alınabilmesi için proje başlamadan önce Uluslararası Hizmet Ticareti Genel Müdürlüğü'ne "HİSER Projesi Onay Başvuru Belgeleri" ile başvuru yapılması gerekmektedir. Proje onay başvuruları; ihracat stratejisi ve politikaları çerçevesinde içerik, amaca uygunluk, bütçe ve işbirliği kuruluşunun proje yönetim kapasitesi açısından değerlendirilerek sonuçlandırılır. İhtiyaç analizi, eğitim, danışmanlık, tanıtım ve sektörel ticaret/alım heyeti faaliyetleri için de faaliyet başlamadan önce ilgili ön onay başvuru belgeleri ile Genel Müdürlüğe başvurulması gerekmektedir.

Destek Başvurusu: HİSER projesi kapsamında gerçekleştirilen her bir faaliyete ilişkin destek başvurusu, faaliyetin tamamlanmasını müteakip ilgili başvuru belgeleri ile Hizmet İhracatçıları Birliği'ne yapılır. İstihdam desteği başvurusu ise en az üçer aylık dönemler itibarıyla gerçekleştirilir. Başvuru süresi, ödeme belgesi tarihinden itibaren veya faaliyetin bitiş tarihinden itibaren en geç altı ay içerisinde yapılmalıdır.

Destek başvurusunda sunulacak bilgi ve belgelerin eksiksiz olması ve ilgili mevzuata uygunluk taşıması önem arz etmektedir. Genel Müdürlük ve/veya incelemeci kuruluş tarafından talep edilen ek bilgi ve belgelerin belirtilen süre içerisinde sunulması gerekmektedir. Ayrıca, aynı harcama için bu destek ve diğer kamu kurum ve kuruluşlarının destek programlarından aynı anda yararlanılması mümkün değildir (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2022; T.C. Ticaret Bakanlığı, 2024a, Uluslararası Hizmet Ticareti Genel Müdürlüğü,2024).

Sonuç olarak, HİSER Projesi Desteği, işbirliği kuruluşlarının stratejik projeler geliştirmesi ve uygulaması yoluyla hizmet ihracatını artırma hedeflerine ulaşmaları için önemli bir finansal ve yapısal destek mekanizması sunmaktadır. İşbirliği kuruluşlarının, belirlenen koşulları sağlayarak bu destekten etkin bir şekilde yararlanmaları, uluslararası pazarlarda rekabet güçlerini artırmalarına ve sürdürülebilir ihracat büyümesi elde etmelerine katkı sağlayacaktır.

2.3.17. Sanal Fuar Organizasyon Desteği

5448 sayılı Hizmet İhracatının Tanımlanması, Sınıflandırılması ve Desteklenmesi Hakkında Karar çerçevesinde sunulan Sanal Fuar Organizasyon Desteği, işbirliği kuruluşlarının tek başına ya da diğer işbirliği kuruluşları ile birlikte düzenleyeceği ve yararlanıcıların ve/veya işbirliği kuruluşlarının katılımcı olacağı sanal fuar organizasyonlarına yönelik mali bir destek mekanizmasıdır. Bu destek, söz konusu sanal fuarların organizasyon giderlerinin belirli bir oranda karşılanması suretiyle hizmet ihracatının geliştirilmesine ve yeni pazarlara erişimin kolaylaştırılmasına katkıda bulunmayı amaçlamaktadır.

Sanal Fuar Organizasyon Desteği kapsamında desteklenecek giderler, sanal fuarın etkin bir şekilde planlanması, tanıtılması ve gerçekleştirilmesi süreçlerini kapsamaktadır. Bu giderler genel olarak şu şekilde sıralanabilir:

Sektörün, katılımcıların ve sanal fuarın tanıtımına yönelik gerçekleştirilen "Desteklenen Reklam, Tanıtım ve Pazarlama Faaliyetleri Listesi "nde yer alan faaliyetlere ilişkin giderler. Bu kapsamda desteklenecek tanıtım faaliyetlerinin neler olduğu ayrı bir liste ile belirlenmiştir (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2022; T.C. Ticaret Bakanlığı, 2024a, Uluslararası Hizmet Ticareti Genel Müdürlüğü,2024).

Sanal fuarın planlanmasına ve koordinasyonuna yönelik hizmet alımı giderleri. Bu giderler, sanal fuarın teknik altyapısının oluşturulması, katılımcı ve ziyaretçi süreçlerinin yönetilmesi gibi organizasyonel faaliyetler için yapılan harcamaları içerir.

Eşleştirme ve ikili iş görüşmelerinin organizasyon giderleri. Sanal fuarların önemli bir bileşeni olan eşleştirme etkinliklerinin ve ikili iş görüşmelerinin düzenlenmesine yönelik harcamalar destek kapsamındadır.

Sanal fuarın gerçekleştirildiği platform kullanımına ilişkin giderler. Sanal fuarın hayata geçirildiği dijital platformun kullanım bedeli de desteklenebilir.

Bu destekten sağlık turizmi sektörlerinde faaliyet gösteren işbirliği kuruluşları yararlanabilmektedir. Ancak, 5448 sayılı Karar'ın diğer bölümlerinde belirtilen diğer

hizmet sektörlerindeki işbirliği kuruluşlarının da Bakanlık tarafından uygun görülmesi halinde bu destekten faydalanabileceği anlaşılmaktadır.

Sanal Fuar Organizasyon Desteği'nin destek oranı %70 olarak belirlenmiştir. Sağlık turizmi sektörleri için faaliyet başına destek üst limiti 2024 yılı için 2.920.941 TL ve 2025 yılı için 4.375.715 TL olarak belirtilmiştir. Ancak, diğer sektörler için farklı üst limitler söz konusu olabilir. Bir takvim yılı içinde desteklenecek sanal fuar sayısı sağlık turizmi sektörleri için azami 5 adettir. İlgili yıl ve güncel mevzuata göre T.C. Ticaret Bakanlığı tarafından belirlenmektedir (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2022; T.C. Ticaret Bakanlığı, 2024a, Uluslararası Hizmet Ticareti Genel Müdürlüğü,2024).

Sanal Fuar Organizasyon Desteği için başvuru süreci ön onay başvurusu ve destek başvurusu olmak üzere iki aşamadan oluşmaktadır.

Ön Onay Başvurusu: Sanal fuar organizasyonunun desteklenebilmesi için fuarın başlangıç tarihinden en az iki ay önce "Sanal Fuar Organizasyon Desteği Ön Onay Başvuru Belgeleri" listesinde yer alan bilgi ve belgelerle Uluslararası Hizmet Ticareti Genel Müdürlüğü'ne ön onay başvurusunda bulunulması gerekmektedir. Bu başvuru, sanal fuarın niteliği, katılımcı sayısı, ziyaretçi beklentisi ve fiziki fuarlardaki unsurların dijital ortama yansıtılıp yansıtılmadığı gibi kriterler üzerinden değerlendirilir. Ön onay verilebilmesi için asgari olarak 25 katılımcı ve fuar süresince sanal fuar portalına en az 150 çevrim içi ziyaretçi girişinin olması, ayrıca toplam yabancı ziyaretçi sayısının toplam ziyaretçi sayısının yarısından az olmaması gerekmektedir.

Destek Başvurusu: Sanal fuar organizasyonu gerçekleştirildikten sonra, destek başvurusunun faaliyetin bitiş tarihinden itibaren en geç altı ay içinde "Sanal Fuar Organizasyon Desteği Başvuru Belgeleri" listesinde yer alan bilgi ve belgelerle Hizmet İhracatçıları Birliği'ne yapılması gerekmektedir. Başvuruya fatura ve banka onaylı ödeme belgesi gibi harcama dokümanlarının eklenmesi zorunludur.

Dikkat Edilecek Hususlar ve Yükümlülükler:

Sanal fuarı düzenleyen işbirliği kuruluşunun bazı önemli görev ve sorumlulukları bulunmaktadır. Bunlardan bazıları şunlardır (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2022; T.C. Ticaret Bakanlığı, 2024a, Uluslararası Hizmet Ticareti Genel Müdürlüğü,2024) :

Sanal fuarın bitimini müteakip on beş gün içinde ayrıntılı katılımcı ve ziyaretçi istatistikleri raporunu Genel Müdürlüğe ve incelemeci kuruluşa iletmek.

Uluslararası Hizmet Ticareti Genel Müdürlüğü tarafından gerekli görülmesi halinde sanal fuar organizasyonu esnasında Bakanlık adına ücretsiz stant temin etmek.

Genel Müdürlük tarafından organizasyonla ilgili verilebilecek diğer görevleri yerine getirmek.

Destek başvurusuna konu edilen tanıtım faaliyetlerinin "Tanıtıma İlişkin Hususlar" başlıklı 38 inci maddede ve ulaşım-konaklamaya ilişkin hususların ise 39 uncu maddede yer alan hükümlere göre değerlendirileceği unutulmamalıdır.

Destek kapsamında güvenlik, hostes ve tercümanlık hizmetlerine ilişkin harcamalar desteklenmez.

Sonuç olarak, Sanal Fuar Organizasyon Desteği, işbirliği kuruluşlarının dijitalleşen dünya ticaretinde etkin rol alabilmeleri ve hizmet ihracatlarını artırabilmeleri için önemli bir destek mekanizması sunmaktadır. Başvuru süreçlerine ve belirlenen koşullara riayet ederek bu destekten yararlanmak, işbirliği kuruluşlarının uluslararası rekabetçiliğine önemli katkılar sağlayabilecektir.

2.3.18. Sağlık ve Spor Turizmi Sektörlerinin Geliştirilmesi ve Tanıtılması Desteği

5448 sayılı Hizmet İhracatının Tanımlanması, Sınıflandırılması ve Desteklenmesi Hakkında Karar çerçevesinde tesis edilen Sağlık ve Spor Turizmi Sektörlerinin Geliştirilmesi ve Tanıtılması Desteği, sağlık ve spor turizmi hizmetleri sektörlerinin geliştirilmesi ile olumlu Türk hizmet markası ve imajının oluşturulmasına yönelik bir mali destek mekanizmasıdır. Bu destek, işbirliği kuruluşlarının gerçekleştireceği belirli faaliyetler aracılığıyla sektörün uluslararası alanda rekabet gücünün artırılmasını ve tanıtımının etkinleştirilmesini amaçlamaktadır.

Bu destekten işbirliği kuruluşları yararlanabilmektedir. Ön onay başvurusu da ilgili birlik tarafından yapılmaktadır.

Sağlık ve spor turizmi sektörlerinin geliştirilmesi ve tanıtılması desteği kapsamında desteklenecek giderler çeşitli başlıklar altında öngörülmüştür:

Sektörel internet portalı yapımı, bakımı, güncellenmesi ve işletilmesi giderleri. Bu kapsamda portalın tanıtımına yönelik harcamalar da desteklenmektedir. Ayrıca, portal çağrı merkezi personeli istihdamına ilişkin giderler de desteklenebilir.

Sağlık ve spor turizmi sektörlerine yönelik pazar istihbaratı ve bilgiye abonelik giderleri. Bu kapsamda satın alınacak bilgi kaynaklarının ve üye olunacak platformların sektöre yönelik en güncel trendleri, analizleri ve istatistikleri sunabiliyor olması gerekmektedir.

Sağlık turizmi kapsamında ülkemizi ziyaret edecek kişilerin ülkeye girişlerinin kolaylaştırılmasına yönelik başvurularının incelenmesi, takibi ve sonuçlandırılmasına

ilişkin istihdam giderleri. Bu personel için brüt ücret tutarı belirlenirken Sosyal Güvenlik Kurumuna bildirilen prime esas kazanç tutarı dikkate alınır.

Sağlık ve spor turizmi sektörlerinin geliştirilmesi ve tanıtılması desteğinin destek oranı %100 olarak belirlenmiştir. Destek üst limiti organizasyon başına ilgili yıl ve güncel mevzuata göre T.C. Ticaret Bakanlığı tarafından belirlenmektedir. 2024 yılı için birlikler için belirlenen yıllık üst limit 29.220.041 TL iken, 2025 yılı için bu miktar 43.773.083 TL olarak güncellenmiştir. Destek süresi ise 5 yıldır. Bu destek, faaliyetten önce ön onaya tabidir.

Sağlık ve spor turizmi sektörlerinin geliştirilmesi ve tanıtılması desteği için başvuru süreci ön onay başvurusu ve destek başvurusu olmak üzere iki aşamadan oluşmaktadır.

Ön Onay Başvurusu: Desteğe konu edilecek faaliyetlere ilişkin olarak faaliyetin başlangıç tarihinden önce "Sağlık ve Spor Turizmi Sektörlerinin Geliştirilmesi ve Tanıtılması Desteği Ön Onay Başvuru Belgeleri" listesinde yer alan bilgi ve belgelerle ilgili birlik tarafından ön onay başvurusunda bulunulması gerekmektedir. Ön onay başvurusu ilgili birlik tarafından yapılır.

Destek Başvurusu: Destek başvurusunun, ödemenin gerçekleştirilmesini müteakip "Sağlık ve Spor Turizmi Sektörlerinin Geliştirilmesi ve Tanıtılması Desteği Başvuru Belgeleri" listesinde yer alan bilgi ve belgelerle ilgili birlik tarafından yapılması gerekmektedir. Ödeme belgesi tarihinden itibaren en geç altı ay içinde başvuru yapılması gerekmektedir.

Dikkat Edilecek Hususlar:

Pazar istihbaratı ve bilgiye abonelik kapsamında satın alınacak bilgi kaynaklarının ve üye olunacak platformların; sektöre yönelik en güncel trendleri, analizleri ve istatistikleri sunabiliyor olması önem arz etmektedir. İstihdam giderlerine yönelik destek hesaplamalarında ise desteğe konu ayda Sosyal Güvenlik Kurumuna bildirilen prime esas kazanç tutarı dikkate alınmaktadır (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2022; T.C. Ticaret Bakanlığı, 2024a, Uluslararası Hizmet Ticareti Genel Müdürlüğü,2024).

Sonuç olarak, Sağlık ve Spor Turizmi Sektörlerinin Geliştirilmesi ve Tanıtılması Desteği, işbirliği kuruluşlarının bu önemli sektörlerin uluslararası tanıtım ve gelişimine yönelik stratejik faaliyetlerini destekleyerek Türkiye'nin hizmet ihracatına katkıda bulunmayı hedeflemektedir. Başvuru süreçlerinin ve ilgili mevzuatın titizlikle takip edilmesi, bu destekten etkin bir şekilde yararlanmak açısından kritik öneme sahiptir.

2.3.19. Yarışma ve Etkinlik Desteği

5448 sayılı Hizmet İhracatının Tanımlanması, Sınıflandırılması ve Desteklenmesi Hakkında Karar çerçevesinde sunulan Yarışma ve Etkinlik Desteği, işbirliği kuruluşlarının düzenleyeceği ve Bakanlık tarafından uygun görülen, sağlık turizmi sektörlerinin rekabet gücünün geliştirilmesine, sektörün hizmet standartlarının yükseltilmesine, hizmet ihracatının yurt içindeki farkındalığının artırılmasına ve uluslararası alanda markalaşmasına katkı sağlayacak yarışma veya etkinliklere yönelik mali bir destek mekanizmasıdır. Bu destek, söz konusu yarışma veya etkinliklerin organizasyon giderlerinin belirli bir oranda karşılanması suretiyle sektörün gelişimine katkıda bulunmayı amaçlamaktadır. Bir takvim yılı içinde en fazla 1 adet yarışma veya etkinlik desteklenebilir.

Bu destekten işbirliği kuruluşları yararlanabilmektedir. Ön onay başvurusu TİM veya ilgili ihracatçı birliği tarafından yapılır.

Yarışma ve Etkinlik Desteği kapsamında desteklenecek giderler, yarışma ve/veya etkinlik programının etkin bir şekilde planlanması, tanıtılması ve gerçekleştirilmesi süreçlerini kapsamaktadır. Bu giderler genel olarak şu şekilde sıralanabilir:

Programa katılım sağlayan davetli kurum, kuruluş veya şirketlerin en fazla ikişer temsilcisinin uluslararası ve/veya şehirlerarası ekonomi sınıfı ulaşım ve transfer giderleri. Ulaşım tarihlerinin etkinliğin başlangıcından en erken üç gün öncesinde ve bitişinden itibaren en geç üç gün sonrasında olması gerekmektedir. Seyahate ilişkin zorunlu aktarma ve bağlantılar da destek kapsamındadır.

Anılan temsilci başına günlük konaklama (oda ve kahvaltı) giderleri. Konaklama giderleri etkinliğin en fazla bir gün öncesinde başlayıp bittiği tarihi kapsayan kısmı desteklenir.

Tercümanlık hizmeti giderleri.

Organizasyon giderleri (yer kirası, ilgili teknik araç ve gereçlerin kira giderleri).

Görsel, yazılı, işitsel ve dijital tanıtım ile halkla ilişkiler ve danışmanlık hizmeti giderleri.

Katalog, broşür ve tanıtım malzemeleri giderleri.

Yarışma ve Etkinlik Desteği'nin destek oranı %70 olarak belirlenmiştir. Proje başı destek üst limiti ve heyet başı destek üst limiti ilgili yıl ve güncel mevzuata göre T.C. Ticaret Bakanlığı tarafından belirlenmektedir.

Başvuru Süreci:

Yarışma ve Etkinlik Desteği için başvuru süreci ön onay başvurusu ve destek başvurusu olmak üzere iki aşamadan oluşmaktadır.

Ön Onay Başvurusu: Yarışma ve/veya etkinlik programı giderlerinin desteklenebilmesi için faaliyetin başlangıç tarihinden en az iki ay önce "Yarışma ve Etkinlik Desteği Ön Onay Başvuru Belgeleri" listesinde yer alan bilgi ve belgelerle Uluslararası Hizmet Ticareti Genel Müdürlüğü'ne ön onay başvurusunda bulunulması gerekmektedir. Ön onay başvurusu TİM veya ilgili ihracatçı birliği tarafından yapılır. Başvuruda, yarışma veya etkinliğin sağlık ve spor turizmi sektörlerinin rekabet gücüne, hizmet standartlarına, hizmet ihracatı farkındalığına ve uluslararası markalaşmasına nasıl katkı yapacağına dair ayrıntılı bilgi sunulmalıdır. Ayrıca, yarışma/etkinlik programı da detaylı olarak belirtilmelidir.

Destek Başvurusu: Yarışma ve/veya etkinlik programı gerçekleştirildikten sonra, destek başvurusunun faaliyetin bitiş tarihinden itibaren en geç altı ay içinde "Yarışma ve Etkinlik Desteği Başvuru Belgeleri" listesinde yer alan bilgi ve belgelerle Hizmet İhracatçıları Birliği'ne yapılması gerekmektedir. Başvuruya fatura, sözleşme, banka onaylı ödeme belgesi ve ulaşım harcamalarına ilişkin bilet gibi harcama dokümanlarının eklenmesi zorunludur. Ticaret Bakanlığı tarafından görevlendirilmiş temsilci yoksa, ülkeye gidiş ve dönüşü dair biniş kartları veya pasaport fotokopileri gibi belgeler de sunulmalıdır.

Dikkat Edilecek Hususlar ve Yükümlülükler:

Yarışma ve etkinlik düzenleyen işbirliği kuruluşunun bazı önemli görev ve sorumlulukları bulunmaktadır. Bunlardan bazıları şunlardır:

Programa katılım sağlayan davetli kurum, kuruluş veya şirketlerin en fazla ikişer temsilcisinin giderleri desteklenir.

Ulaşım ve konaklama giderlerinin desteklenebilmesi için temsilcilerin etkinliğin veya programın tamamına katılım sağlamaları gerekmektedir.

Ulaşım tarihlerine dikkat edilmelidir; etkinlik başlangıcından en erken üç gün öncesi ve bitişinden en geç üç gün sonrası destek kapsamındadır. Konaklama giderleri etkinliğin en fazla bir gün öncesinde başlayıp bittiği tarihi kapsayan kısmı desteklenir.

Destek başvurusuna konu edilen tanıtım faaliyetleri "Tanıtıma ilişkin hususlar" başlıklı 38 inci maddede belirtilen hükümlere göre değerlendirilir. Bu kapsamda, sadece Türkçe yapılan tanıtım harcamaları, yurt içine yönelik tanıtım harcamaları ve yurt dışında Türkçe yayın yapan yayın organlarında yapılan tanıtım harcamaları desteklenmez.

Ulaşım ve konaklama giderleri "Ulaşım ve konaklamaya ilişkin hususlar" başlıklı 39 uncu maddede yer alan hükümlere göre değerlendirilir (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2022; T.C. Ticaret Bakanlığı, 2024a, Uluslararası Hizmet Ticareti Genel Müdürlüğü,2024).

Sonuç olarak, Yarışma ve Etkinlik Desteği, işbirliği kuruluşlarının sağlık turizmi sektörlerinin tanıtımı ve geliştirilmesi amacıyla düzenleyeceği nitelikli etkinlikleri destekleyerek sektörün uluslararası alanda rekabet gücünün artırılmasına ve markalaşmasına önemli katkılar sağlamayı hedeflemektedir. Başvuru süreçlerine ve belirlenen koşullara titizlikle uyulması, bu destekten etkin bir şekilde yararlanmak için büyük önem taşımaktadır.

2.3.20. Döviz Kazandırıcı Hizmet Sektörleri Markalaşma Desteği ve Turquality Programı

Türkiye'de döviz kazandırıcı hizmet sektörlerinin uluslararası alanda rekabet gücünü artırmak, Türk malı ve hizmeti imajını güçlendirmek ve Türkiye'de yerleşik şirket, kurum ve kuruluşların markalaşma süreçlerini desteklemek amacıyla Döviz Kazandırıcı Hizmet Sektörleri Markalaşma Destekleri Hakkında Karar (Karar Sayısı-2564) yürürlüğe konulmuştur. Bu karar, uygulama usul ve esasları Döviz Kazandırıcı Hizmet Sektörleri Markalaşma Destekleri Hakkında Kararın Uygulama Usul ve Esaslarına İlişkin Genelge ile belirlenen kapsamlı bir destek sistemini teşkil etmektedir (Ticaret Bakanlığı, 2025). Bu sistemin temel amacı, döviz kazandırıcı hizmet sektörlerinde faaliyet gösteren yararlanıcıların uluslararası pazarlarda etkin bir şekilde yer almalarını ve markalaşma hedeflerine ulaşmalarını sağlamaktır.

Kararın amaç bölümünde belirtildiği üzere, bu destek mekanizmasının temel gayesi; döviz kazandırıcı hizmet sektörlerinde faaliyet gösteren Türkiye'de yerleşik şirket, kurum ve kuruluşların markalaşma faaliyetlerine ilişkin giderlerin desteklenmesi, Türkiye İhracatçılar Meclisi ve ihracatçı birliklerinin TURQUALITY® Programı kapsamında markalaşma sürecindeki kuruluşlara yurt içi ve yurt dışında sunacağı desteklere ait harcamaların karşılanması, Türk markalarının pazara giriş ve tutunmalarına yönelik her türlü faaliyet ve organizasyon giderlerinin desteklenmesi ile hizmet sektörlerine yönelik olumlu Türk malı ve hizmeti imajının yurt içinde ve yurt dışında tesis edilmesine yönelik harcamaların Destekleme ve Fiyat İstikrar Fonu'ndan karşılanmasının usul ve esaslarının belirlenmesidir. Kararın kapsam bölümü ise, Türkiye'de yerleşik işbirliği kuruluşları ile döviz kazandırıcı hizmet sektöründe faaliyet gösteren yararlanıcı

olarak tanımlanan şirket, kurum ve kuruluşlara uygulanacak markalaşma desteklerini ihtiva etmektedir.

TURQUALITY® Programı, bu destek sisteminin önemli bir bileşenini oluşturmaktadır. Kararın tanımlar maddesinde belirtildiği üzere, TURQUALITY®; Türkiye'nin rekabet avantajına sahip olduğu markalaşma potansiyeli olan ürün/hizmet gruplarının üretiminden pazarlamasına, satışından satış sonrası verilen hizmetlere kadar tüm süreçleri kapsayan bir destek sistemi olarak tanımlanmaktadır. Bu programın temel amacı, kapsamındaki yararlanıcı markalarının uluslararası pazarlarda konumlandırılması, mevcut konumlarının güçlendirilmesi, bu markaların uluslararası pazarlara çıkışlarının hızlandırılması ve uluslararası pazarlarda Türk malı ve hizmeti imajının oluşturulması ve yerleştirilmesidir.

Bu kapsamda, yararlanıcılar Marka Destek Programı ve TURQUALITY® Destek Programı olmak üzere iki farklı destek programından faydalanabilmektedir. Her iki program da markalaşma sürecinde yararlanıcıların çeşitli giderlerinin belirli oranlarda desteklenmesini öngörmektedir. Desteklenecek giderler arasında ürün ve hizmet tescili, yurt dışı marka tescili ve korunması, reklam, tanıtım ve pazarlama faaliyetleri, yurt dışı birimlere ilişkin kira ve kurulum giderleri, pazar araştırması çalışmaları, yurt dışı ve yurt içi etkinlik katılımları, danışmanlık faaliyetleri, istihdam giderleri, belgelendirme, ruhsatlandırma ve test giderleri, acente komisyon giderleri ve ürün yerleştirme giderleri sayılabilir.

Destek oranları genellikle %50 seviyesinde olmakla birlikte, işbirliği kuruluşlarının projeleri için farklı oranlar (%80 veya %50) belirlenmiştir. Ayrıca, TURQUALITY® Destek Programı yararlanıcıları için danışmanlık giderlerine yönelik yıllık üst limit belirlenmiştir. Bu üst limitler, her takvim yılı başında (Ortalama TÜFE + Ortalama Yİ-ÜFE)/2 oranında güncellenmektedir (Ticaret Bakanlığı, 2025).

Desteklerden yararlanılabilmesi için belirli süreçlerin takip edilmesi gerekmektedir. Yararlanıcıların Marka veya TURQUALITY® Destek Programı kapsamına alınması için belirli iş yönetimi kalitesi, operasyonel mükemmellik düzeyi ve markalaşma potansiyeline sahip olmaları gerekmektedir. Başvurusu kabul edilen yararlanıcılar için ön inceleme çalışması yapılarak mevcut durumları analiz edilir. Programlara kabul edilen yararlanıcıların, desteklerden faydalanabilmeleri için Bakanlık tarafından yetkilendirilen danışmanlık firmalarınca bir defaya mahsus olmak üzere stratejik iş planı çalışması yaptırılması zorunludur. Stratejik iş planı, ilgili markanın destek kapsamına alındığı tarihten itibaren beş yıllık süreyi kapsamaktadır. Destek

ödemelerinin yapılabilmesi için stratejik iş planının Genel Müdürlükçe onaylanması gerekmektedir (Ticaret Bakanlığı, 2025).

Destek programına dahil olan yararlanıcıların performansları düzenli olarak izlenmekte ve değerlendirilmektedir. Yararlanıcıların desteklerden yararlanmaya devam edebilmeleri için performans denetimleri sonucunda yeterli performansı ortaya koymaları gerekmektedir. Bakanlık, performans değerlendirmesi sonucunda yetersiz performans gösteren veya destekleri etkin kullanmadığı tespit edilen yararlanıcıları destek kapsamından çıkarabilir veya destek oranlarında indirim gidebilir (Ticaret Bakanlığı, 2025).

Sonuç olarak, Döviz Kazandırıcı Hizmet Sektörleri Markalaşma Desteği ve TURQUALITY® Programı, Türkiye'nin hizmet ihracatını artırmaya yönelik bir destektir. Sağlanan mali destekler ve rehberlik hizmetleri sayesinde Türk markalarının uluslararası pazarlarda daha görünür ve rekabetçi hale gelmesi hedeflenmektedir. Bu destek mekanizmasından etkin bir şekilde yararlanmak için ilgili mevzuatın ve başvuru süreçlerinin titizlikle incelenmesi ve belirtilen koşullara tam olarak uyulması büyük önem taşımaktadır.

2.4. Kurumsal Farkındalık ve Önemi

Kurumsal farkındalık, bir kuruluşun sahip olduğu kapasitenin, sunmuş olduğu hizmetlerin, hedef kitlesinin ve dış çevresel faktörlerin farkında olması durumudur. Kurumların mevcut potansiyellerini değerlendirme, stratejik kararlar alma ve hizmet kalitesini artırma süreçlerinde farkındalık düzeyi belirleyici rol oynamaktadır (Mert, 2025; Avderen & Eter, 2024). Bu kapsamda farkındalık, sadece bireysel bir özellik değil, aynı zamanda kurumun stratejik planlama ve sürdürülebilirlik yaklaşımlarını şekillendiren bir kurumsal yeterlilik boyutu olarak değerlendirilmelidir (Avderen & Eter, 2024).

Erden ve Akman (2018) bireysel farkındalığın davranış geliştirme üzerindeki etkisini vurgularken, bu çerçevenin kurumsal yapılara da uyarlanabileceğini belirtmektedir. Nitekim farkındalığı yüksek kurumlar, hedef kitlelerini daha iyi analiz edebilmekte, sunulan hizmetlerin kalitesini artırmakta ve kurumsal imajlarını güçlendirmektedir. Bu yönüyle kurumsal farkındalık, sağlık turizmi gibi dinamik ve rekabetçi sektörlerde hem ulusal hem de uluslararası düzeyde başarıyı doğrudan etkileyen stratejik bir bileşen haline gelmiştir.

2.4.1. Sağlık Turizminde Farkındalık

Sağlık turizmi alanında farkındalık, yalnızca bireylerin değil, sağlık hizmeti sunucularının, kamu ve özel sektör yöneticilerinin ve sağlık turizmi sektör çalışanlarının sağlık turizmi kavramına, yasal süreçlerine, hedeflerine ve potansiyeline ilişkin bilgi düzeyleri ile ilişkilidir. Koca'ya (2024) göre bilinçli farkındalık uygulamaları, sağlık turizminde hizmet alan bireylerin fiziksel ve ruhsal iyilik halini artırarak, tedavi sürecine aktif katılım sağlamalarına ve yüksek memnuniyet elde etmelerine katkı sunmaktadır.

Türkiye’de yapılan araştırmalarda, sağlık turizmi farkındalığının kurum çalışanlarının demografik özellikleri, görev yerleri, mesleki deneyimleri ve aldıkları hizmet içi eğitimlere göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir (Babacan, 2023; Yaba, 2022; Çelik Kızıldağ, 2018). Örneğin, Erdoğan (2018) tarafından yapılan çalışmada, kamu hastanelerinde görev yapan hekimlerin farkındalık düzeylerinin kararsızlık eğiliminde olduğu belirlenmiştir. Benzer şekilde, sağlık profesyonellerinin yaş, eğitim ve görev yaptıkları kurumlara göre sağlık turizmi farkındalık düzeylerinin değiştiği gösterilmiştir (Arkın, 2022; Erdem, 2022).

Caner ve arkadaşları (2022), Uluslararası sağlık turizmi faaliyetleri kapsamında kişisel verilerin korunması kanunu gereğince eğitim ve farkındalık çalışmaları yapılmasını vurgulamıştır. Uluslararası çalışmalarda da farkındalık kavramının sağlık turizmi potansiyelini artırdığı ifade edilmektedir. Hindistan ve Malezya’da yapılan araştırmalarda hem sağlık çalışanlarının hem de hastaların sağlık turizmine dair algılarının güven, hizmet kalitesi ve bilgiye erişim gibi unsurlarla şekillendiği vurgulanmıştır (Medhekar vd., 2020; Ratnasari vd., 2022).

Araştırmacı tarafından oluşturulan Tablo 2.3’de sağlık turizmi farkındalığına yönelik yapılmış lisansüstü tezlere YÖK sayfasından “sağlık turizmi farkındalığı” anahtar kelimesi ile tarama yapılarak ulaşılmıştır. Türkiye’de sağlık turizmi farkındalığına yönelik yapılan lisansüstü tezlerde genel eğilim, farkındalık düzeyinin orta seviyede olduğudur. Ancak cinsiyet, yaş, meslek, eğitim durumu gibi değişkenler bu düzey üzerinde etkili olmaktadır. Bazı çalışmalarda gençlerin, bazılarında ise deneyimli bireylerin daha bilinçli olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla farkındalık düzeyi çok boyutlu etkenlere bağlı olarak değişebilmektedir. Bu araştırma kapsamında incelenen yüksek lisans tezlerinde yer alan sağlık turizmi farkındalık düzeyleri, farklı örneklem grupları ve bölgeler özelinde analiz edilmiştir. Türkiye genelinde farklı illerde yapılan araştırmalar, sağlık turizmi farkındalık düzeylerinde bölgesel düzeyde anlamlı farklılıklar olabileceğini göstermektedir.

Mevcut tez çalışmasında Türkiye geneli doğrudan uluslararası sağlık turizmi yetki belgesi ile yetkilendirilmiş sağlık tesisleri ve aracı kurumlar ile sağlık turizmi sektöründe faaliyet gösteren iş birliği kuruluşlarında görev alan karar verici kişilere ulaşılması bakımından literatürdeki en özgün çalışmalardan biridir.

Tablo 2.3. Sağlık turizmi farkındalığına yönelik yapılmış lisansüstü tezler

Yazar (Yıl)	Örneklem	Yer	Yöntem	Etkileyen Değişkenler	Öne Çıkan Bulgular
Erdem (2022)	Sağlık çalışanları	Sivas	Nicel	Yaş, cinsiyet, unvan	Cinsiyet, yaş farkı anlamlı
Erenoğlu Aksoy (2023)	Otel ve acente yöneticileri	Kuşadası	Nitel	Bilgi eksikliği, koordinasyon	Koordinasyon eksikliği yüksek
Koca (2024)	Üniversite öğrencileri	Alanya	Nicel	Fakülte, gelir düzeyi	Turizm fakültesi öğrencileri daha farkında
Mert (2025)	Halk	Ankara-Diyarbakır	Nicel	Bölgesel farklılık	Diyarbakır halkı daha yüksek farkındalıkta
Metli (2024)	Şehir hastanesi sağlık çalışanları	İstanbul	Nicel	Pozisyon, birim	Yaş ve görev birimi etkili
Yaba (2022)	Sağlık, Tıp ve Turizm Fak. öğrencileri	Kahramanmaraş	Nicel	Yaş, sınıf, cinsiyet	Sınıf ve yaş farkı etkili
Çabuk (2023)	İlçe Devlet hastanesi hekim ve sağlık çalışanları	Bozyazı (Mersin)	Nicel	Eğitim düzeyi, yaş	Erkekler daha farkında, tele-tıp kabul görüyor
Çelik Kızıldağ (2018)	Hekim dışı sağlık personeli ve yöneticileri	Ankara	Nicel	Eğitim, gelir, deneyim	Eğitim ve gelir farkı etkili
Dağlı (2021)	Tıp ve Turizm Fak. öğrencileri	Alanya	Nicel	Cinsiyet, yaş, bölüm	Turizm öğrencileri daha farkında
Erdoğan (2018)	SDÜ hastanelerindeki hekimler	Isparta	Nicel	Çalışma birimi	Dış hekimliği fakültesinde farkındalık daha yüksek
Gül (2023)	112 acil sağlık personeli	Antalya	Nicel	Yaş, medeni hal	Eğitim almayanlar farkındalığı düşük
Akpınar (2023)	Hastanede çalışan hemşireler	Sivas	Nicel	Kamu-Özel hastane	Kamu-özel hastane, bilgi eksiği yüksek
Arkın (2022)	Sağlık çalışanı	Tekirdağ	Nicel	Cinsiyet, Yaş, eğitim	Eğitim düzeyi etkili
Aslan (2023)	Sağlık çalışanı eğitim araştırma hastanesi	İzmir	Nicel	Cinsiyet, Yaş, Medeni Durum, Meslek, Eğitim, Tecrübesi	Yaş ve eğitim etkili
Babacan (2023)	Sağlık profesyonelleri	Elazığ	Nicel	Cinsiyet, Yaş, Medeni Durum, Meslek Eğitim, Tecrübesi	Sağlık profesyonellerinin sağlık turizmi farkındalıkları yüksek

Bakır (2024)	Hastanede çalışan hekim ve hemşire	Mardin	Nicel	Yaş, eğitim, il	Fakülte farkı belirgin
Şimşek (2024)	Turist rehberleri	Aydın	Nitel	Bilgi düzeyi, sektörel algı	Rehberlerin farkındalıklarının olduğu ama yine de bilgi düzeyi düşük
Uçan (2024)	Eğitim Arştırma Hastanesi sağlık çalışanları	Alanya	Nicel	Gelir, deneyim	Yeni başlayanlar ve düşük gelir grubunda farkındalık daha yüksek

2.4.2. Sağlık Turizmi Desteklerine Yönelik Farkındalık

Sağlık turizmi destekleri hem kamu otoriteleri hem de özel sektör tarafından sunulan mali, teknik ve tanıtım odaklı teşvik mekanizmalarını kapsamaktadır. Ancak bu desteklerin etkinliği, kurumların bu mekanizmalar hakkındaki farkındalık düzeyi ile doğrudan ilişkilidir. Şimşek'in (2024) çalışmasında, Türkiye'de sağlık turizmi faaliyetleri yürüten farklı kurum ve kuruluşlarda desteklere dair bilgi seviyesinin genellikle orta düzeyde olduğu, bazı bölgelerde ise yetersiz kaldığı tespit edilmiştir.

Canver'in (2015) yürüttüğü araştırmada, destek mekanizmalarından haberdar olmayan sağlık çalışanlarının, sürece katılımda isteksiz davrandıkları ve desteklere erişim konusunda bilgi eksiklikleri yaşandığı belirlenmiştir. Benzer şekilde, Gökmen ve arkadaşları (2020) çalışmasında, sağlık turizmi desteklerinin tanıtım ve pazarlama eksiklikleri nedeniyle potansiyelinin altında kaldığı ifade edilmiştir. Erenoğlu Aksoy'un (2023) araştırmasında ise yetki belgesine sahip acentelerin destek programlarına daha hâkim olduğu, belgeye sahip olmayan acentelerin ise bu konuda bilgi eksikliğine sahip oldukları vurgulanmıştır.

Destek farkındalığının artırılması için önerilen başlıca yöntemler arasında; hedef kitleye uygun eğitim programlarının uygulanması, dijital mecralarda farkındalık kampanyalarının yürütülmesi ve doğrudan etkileşim sağlayacak seminer, çalıştay ve saha ziyaretlerinin düzenlenmesi yer almaktadır (Koca, 2024; Mert, 2025).

3. YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Gerekçe, Amaç ve Önemi

Bu çalışma, sağlık turizmi sektöründe faaliyet gösteren kurumların sağlık turizmi desteklerine ilişkin farkındalık düzeylerini incelemek ve bu desteklerin sağlık turizmi üzerindeki etkilerini değerlendirmek amacıyla yürütülmüştür.

Bu bağlamda araştırma, sağlık turizmi desteklerinin etkin kullanımını teşvik etmek, sektör paydaşlarının desteklere erişimini artırmak ve sağlık turizmi sektörünün sürdürülebilir gelişimine katkıda bulunmak açısından önem arz etmektedir. Ayrıca, elde edilen bulguların ilgili kamu kurumları ve özel sektör temsilcileri için yol gösterici olması beklenmektedir. Ticaret Bakanlığı'nın sağlık turizmi sektörüne yönelik sağladığı destekler, Türkiye'nin sağlık turizmi potansiyelini artırmakta ve ülkeyi bu alanda öne çıkaran önemli bir faktör haline getirmektedir. Sağlık turizmi faaliyeti yürüten sağlık tesisleri, aracı kuruluşlar ve iş birliği kuruluşlarına yönelik destekler, sağlık turizmi sektöründe faaliyet gösteren kuruluşlara büyük bir motivasyon ve rekabet avantajı sağlamaktadır. Bu da Türkiye'nin sağlık turizmi alanında büyümesini sürdürmesine ve uluslararası arenada rekabet edebilir konumda olmasına olanak tanımaktadır. Uluslararası sağlık turizmi kapsamında faaliyet gösteren sağlık tesisi, aracı kuruluş ve iş birliği kuruluşlarının sağlık turizmi destekleri farkındalık düzeyini gösteren bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu çalışmanın ilk olma niteliği açısından önem taşıdığı düşünülmektedir. Mevcut tez çalışması, bu doğrultuda literatürdeki sağlık turizmi destekleri farkındalık boşluğunu doldurmaya yönelik önemli bir potansiyele sahiptir ve ileride yapılacak çalışmalara yön verecek temel bulgular sunmaktadır. Çalışmanın bu özgün yönü ile sağlık turizmi sektörüne ve araştırmacılara yardımcı olacak önemli bilgiler sağlayacağı ve yapılacak araştırmalara yol gösterici olacağı öngörülmektedir.

3.2. Araştırmanın Yöntemi

Bu araştırma, sağlık turizmi sektöründe faaliyet gösteren kurumların sağlık turizmi destekleri farkındalık düzeylerini incelemek ve bu farkındalığın sağlık turizmi üzerindeki etkilerini değerlendirmek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında nicel araştırma yöntemlerinden tarama modeli kullanılmıştır.

Tarama modeli, belirli bir evren ya da örneklem içerisindeki durumun, kişilerin özelliklerini, tutumlarını, görüşlerini veya davranışlarını betimlemek amacıyla kullanılan bir nicel araştırma yöntemidir (Karasar, 2020). Bu model, özellikle geniş ölçekli

örneklemeler üzerinde değişkenlerin mevcut durumunu analiz etmek için uygun olup, sosyal bilimler, sağlık bilimleri ve işletme alanlarında sıkça tercih edilmektedir (Büyüköztürk, 2019).

Tarama modeli, iki temel alt kategoriye ayrılmaktadır:

- Kesitsel Tarama Modeli (Cross-sectional Survey Model): Belirli bir zaman diliminde mevcut durumun incelenmesine dayanır ve araştırmacıya geniş kapsamlı bir anlık veri sunar (Neuman, 2014).
- Boylamsal Tarama Modeli (Longitudinal Survey Model): Zaman içinde değişimlerin izlenmesini sağlar ve genellikle aynı bireyler üzerinden belirli aralıklarla veri toplanmasını içerir (Creswell, 2014).

Bu araştırmada, sağlık turizmi sektöründe faaliyet gösteren kurumların sağlık turizmi desteklerine ilişkin farkındalık düzeylerini belirlemek amacıyla kesitsel tarama modeli kullanılmıştır. Kesitsel tarama modeli, belirli bir zaman diliminde katılımcıların mevcut durumlarını analiz etmeye olanak tanıdığı için sağlık turizmi desteklerinin farkındalık düzeyine dair genel bir çerçeve sunmaktadır (Coskun et al., 2019).

Tarama modeli, geniş bir veri setine ulaşılmasını sağlarken, aynı zamanda bazı kısıtlamalar da içermektedir.

Avantajları:

- Büyük ölçekli veri toplama imkânı sunar ve sonuçların genellenebilir olmasına olanak tanır (Tabachnick & Fidell, 2019).
- Verilerin sistematik ve nesnel bir şekilde analiz edilmesini mümkün kılar (Karasar, 2020).
- Araştırmanın uygulanma süreci görece hızlı ve ekonomiktir (Neuman, 2014).

Sınırlılıkları:

- Nedensellik ilişkilerini doğrudan belirlemek zordur; tarama modeli yalnızca mevcut durumun betimlenmesine yöneliktir (Creswell, 2014).
- Katılımcıların yanıtlarında öznel beyanlardan kaynaklı yanlılık oluşabilir (Büyüköztürk, 2019).
- Örneklem seçiminde temsil edilebilirlik dikkate alınmadığında genellenebilirlik riske girebilir (Altunışık ve ark., 2012).

Bu bağlamda, araştırmada kesitsel tarama modeli kullanılarak sağlık turizmi sektöründe faaliyet gösteren kurumların sağlık turizmi desteklerine ilişkin farkındalık düzeyleri ölçülmüş ve sektöre yönelik önemli çıkarımlar yapılmıştır.

3.3. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini, Türkiye genelinde uluslararası sağlık turizmi yetki belgesi olan sağlık tesisleri ve aracı kuruluşlar ile sektörel iş birliği kuruluşları oluşturmaktadır. Mevcut tez çalışmasının başladığı tarihte Türkiye’de 64 ilde faaliyet gösteren 4395 sağlık tesisi, 40 ilde faaliyet gösteren 1149 aracı kuruluş ve sağlık turizmi sektöründe faaliyet yürüten 160 iş birliği kuruluşu olmak üzere toplam 5704 kurum araştırma evrenini oluşturmaktadır. Evren dağılımları incelendiğinde, sağlık turizmi faaliyetlerinin büyük oranda İstanbul, Ankara, Antalya, İzmir, Bursa, Muğla, Adana, Aydın, Samsun ve Mersin illerinde yoğunlaştığı belirlenmiştir. Bu nedenle örneklem seçiminde tabakalı örnekleme yöntemi benimsenmiş, en fazla faaliyet gösteren iller dikkate alınarak tabakalar oluşturulmuştur. Her bir tabakadan örneklem alma oranı, ilgili tabakanın evrendeki büyüklüğüne göre belirlenmiş ve bu oranlara uygun biçimde rastgele örnekleme yapılmıştır.

%95 güven düzeyi ve %5 hata payı esas alınarak yapılan hesaplama göre, 5704 kurumluk evrenden elde edilmesi gereken minimum örneklem büyüklüğü 357 olarak hesaplanmıştır. Mevcut tez çalışmasında 13 iş birliği kuruluşu, 70 yetkilendirilmiş aracı kuruluş, 254 yetkilendirilmiş sağlık tesisi olmak üzere toplamda araştırmaya katılan kurum sayısı 337 olup, bu sayı örnekleme sınırına çok yakın bir düzeydedir ve analizlerin yapılması için yeterli görülmektedir.

3.4. Araştırmanın Hipotezleri

H1: Sağlık turizmi sektöründe faaliyet gösteren kurumların, sağlık turizmi desteklerine yönelik farkındalık düzeyleri kurum türüne (sağlık tesisi, aracı kuruluş, iş birliği kuruluşu) göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H2: Sağlık tesislerinin (hastane, tıp merkezi, poliklinik, muayenehane gibi), sağlık turizmi destekleri farkındalık düzeyleri; sağlık turizmi desteklerine yönelik bilgi, destek başvuru süreci, desteklerden haberdar olma düzeyleri ile desteklerinin etkileri hakkında algı düzeyleri yetkilendirilmiş aracı kuruluş ve yetkilendirilmiş sağlık tesislerine göre istatistiksel olarak anlamlı şekilde farklılık göstermektedir.

H3: Aracı kuruluşlarının, sağlık turizmi destekleri farkındalık düzeyleri; sağlık turizmi desteklerine yönelik bilgi, destek başvuru süreci, desteklerden haberdar olma düzeyleri ile desteklerinin etkileri hakkında algı düzeyleri yetkilendirilmiş aracı kuruluş ve yetkilendirilmiş sağlık tesislerine göre istatistiksel olarak anlamlı şekilde farklılık göstermektedir.

H4: İşbirliği kuruluşlarının, sağlık turizmi destekleri farkındalık düzeyleri; sağlık turizmi desteklerine yönelik bilgi, destek başvuru süreci, desteklerden haberdar olma düzeyleri ile desteklerinin etkileri hakkında algı düzeyleri yetkilendirilmiş aracı kuruluş ve yetkilendirilmiş sağlık tesislerine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir.

H5: Sağlık turizmi desteklerinden faydalanan kurumların faydalanmayan kurumlara göre sağlık turizmi desteklerine yönelik farkındalık düzeyleri anlamlı farklılık göstermektedir.

H6: Sağlık turizmi desteklerinden yararlanan kurumların desteklere yönelik bilgi düzeyi, başvuru süreci bilgisi, haberdarlık düzeyi ve algı düzeyi, desteklerden yararlanmayan kurumlara göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H7: Sağlık turizmi destekleri başvuru sürecinde danışmanlık hizmeti alan kurumların sağlık turizmi desteklerine yönelik farkındalık düzeyleri anlamlı farklılık göstermektedir.

H8: Sağlık turizmi destekleri başvuru sürecinde danışmanlık hizmeti alan kurumların başvuru süreci bilgi düzeyi, danışmanlık hizmeti almayan kurumlara göre anlamlı olarak farklılık göstermektedir.

H9: Sağlık turizmi destekleri başvuru sürecinde sorun yaşayan kurumların başvuru süreci bilgi düzeyi, sorun yaşamayan kurumlara göre anlamlı olarak farklılık göstermektedir.

H10: Sağlık turizmi desteklerini yeterli bulan kurumların desteklere yönelik bilgi düzeyi, başvuru süreci bilgisi, haberdarlık düzeyi ve algı düzeyleri, destekleri yeterli bulmayan ve kararsız olan kurumlara göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H11: Sağlık turisti başvuru sayısında son 3 yıldaki ortalama artış oranına göre, sağlık turizmi destekleri farkındalık düzeyi ve alt boyutlarında anlamlı olarak farklılık göstermektedir.

H12: Sağlık turizmi gelirlerinde son 3 yıldaki ortalama artış oranına göre, sağlık turizmi desteklerine yönelik farkındalık düzeyleri anlamlı farklılık göstermektedir.

3.5. Veri Toplama Araçlarının Uygulanması

Araştırma kapsamına alınan katılımcılarla telefon ile iletişime geçilerek, araştırmacı önce kendini tanıtmış, ardından katılımcıların onayı ile kendilerine veri toplama aracı online anket formu gönderilmiştir.

Veri toplama aracı anket formunu doldurmaya başlamadan önce araştırmacı katılımcılardan yazılı ve sözlü onam almış, aşağıdaki hususlar hakkında katılımcılara bilgi vermiştir.

- Çalışmada kurum adı paylaşılmayacaktır.
- Katılımcının verdiği kişisel bilgi, yorumlar ve görüşler gizli tutulacaktır.
- Elde edilen bulgular araştırma amacı dışında kesinlikle kullanılmayacaktır.
- Araştırma kapsamında kurum adı yerine “1. 2 . 3. ...” şeklinde kodlar kullanılacaktır.
- Veri toplama aracının uygulanması ortalama 10-15 dakika sürmesi planlanmıştır.

3.6. Veri Toplama Aracı

Bu araştırmada, “Sağlık Turizmi Sektöründe Faaliyet Gösteren Kurumların Sağlık Turizmi Destekleri Farkındalık Düzeyinin İncelenmesi” amacı doğrultusunda araştırmacı tarafından geliştirilen iki bölümden oluşan bir anket formu veri toplama aracı olarak kullanılmıştır.

Kurumsal ve Demografik Bilgiler: Anketin birinci bölümünde, katılımcıların kurumlarına ve görevlerine ilişkin bilgiler toplanmıştır. Bu bölümde; katılımcının kurumdaki görevi, kurum adı, bulunduğu il, kuruluş yılı, çalışan sayısı, kurumun sağlık turizmi faaliyetlerindeki yeri, son üç yıldaki sağlık turisti sayısı ve gelir artış oranları, hizmet verilen ve hedeflenen ülkeler gibi demografik ve kurumsal değişkenler yer almaktadır. Ayrıca kurumun sağlık turizmi desteklerinden faydalanma durumu, faydalanılan destek türleri, başvuru sıklığı, danışmanlık alma durumu, başvuru sürecinde yaşanan sorunlar ve desteklerin yeterliliğine ilişkin açık uçlu sorulara yer verilmiştir. Bu bölüm, sağlık turizmi alanında faaliyet gösteren kurumların genel profilini ortaya koymayı amaçlamaktadır.

Sağlık Turizmi Desteklerine Yönelik Farkındalık Düzeyi: Anketin ikinci bölümünde, sağlık turizmi desteklerine yönelik farkındalık düzeyini ölçmeye yönelik 5’li Likert tipi (1=Kesinlikle Katılmıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum) soru formu kullanılmıştır. Bu bölümde dört alt boyut altında toplam 23 ifade yer almaktadır:

Sağlık Turizmi Desteklerine Yönelik Bilgi Düzeyi (4 madde): Katılımcıların, sağlık kuruluşları, aracı kurumlar ve iş birliği kuruluşlarına yönelik devlet destekleri hakkındaki bilgi düzeyleri değerlendirilmektedir.

Sağlık Turizmi Destek Başvuru Sürecine Yönelik Bilgi Düzeyi (7 madde): Destek başvurusunun nasıl yapılacağı, gerekli belgeler, başvuru, takip ve ödeme süreçleri ile destek oranları ve süreleri hakkındaki bilgi düzeyine ilişkin ifadeleri içermektedir.

Sağlık Turizmi Desteklerinden Haberdar Olma Düzeyi (6 madde): Katılımcıların devlet desteklerine yönelik bilgi kaynaklarına ulaşma düzeyleri, bu desteklerin tanıtımı için düzenlenen etkinlikler ve dijital medya üzerinden bilgilendirme durumları değerlendirilmektedir.

Sağlık Turizmi Desteklerinin Etkileri Hakkında Algı Düzeyi (6 madde): Desteklerin kurumsal kapasite gelişimi, sağlık turisti sayısı ve gelir artışı, uluslararası tanıtım, sektör altyapısı ve rekabet gücüne katkıları konusundaki algıları ölçülmektedir.

Hazırlanan anket soruları, konunun ilgili uzmanları ve akademisyenlerin görüşü alınarak içerik geçerliliği açısından değerlendirilmiş ve pilot uygulama sonrası gerekli düzenlemeler yapılarak nihai hale getirilmiştir. Araştırmada kullanılan anket soruları araştırma amacına uygun olarak belirlenmiştir. Ayrıca ön uygulama sonunda soruların yeterliliği denenmiş ve gerekli görülen ifade düzeltmeleri yapılmış araştırma sorularına Ek 1’de görülen son hali verilmiştir. Toplanan veriler, nicel analiz yöntemleriyle değerlendirilmiştir.

Bu araştırmada kullanılan sağlık turizmi desteklerine yönelik farkındalık düzeyi ile alt boyutlarının değerlendirilmesinde, elde edilen puanlar düşük, orta ve yüksek olmak üzere üç kategoride sınıflandırılmıştır. Bu sınıflandırma, her alt boyutun minimum ve maksimum puanları üç eşit aralığa bölünerek gerçekleştirilmiştir.

Tablo 3. 1. Sağlık Turizmi Destekleri Farkındalık Düzeyi ve Alt Boyutlarına Göre Belirlenen Puan Aralıkları ve Cronbach alfa Değeri

Alt Boyut	Düşük Düzey	Orta Düzey	Yüksek Düzey	Cronbach alfa
Sağlık Turizmi Desteklerine Yönelik Bilgi Düzeyi	4,00–9,32	9,33–14,65	14,66–20,00	0,949
Sağlık Turizmi Destek Başvuru Sürecine Yönelik Bilgi Düzeyi	7,00–16,32	16,33–25,65	5,66–35,00	0,993
Sağlık Turizmi Desteklerinden Haberdar Olma Düzeyi	6,00–14,00	14,01–22,00	22,01–30,00	0,980
Sağlık Turizmi Desteklerinin Etkileri Hakkında Algı Düzeyi	6,00–14,00	14,01–22,00	22,01–30,00	0,992
Genel Farkındalık Düzeyi Puanı	23,00–53,66	53,67–84,33	84,34–115,00	0,985

Bu sınıflandırma ile katılımcıların sağlık turizmi desteklerine ilişkin farkındalık düzeyleri nitelendirilmiştir. Bu çalışmada;

Sağlık Turizmi Desteklerine Yönelik Bilgi Düzeyi (STDYBD): Katılımcıların ortalama puanı 11,10 olup, 9,33–14,65 aralığında yer almakta ve **orta düzey** bilgi düzeyine işaret etmektedir.

Sağlık Turizmi Destek Başvuru Sürecine Yönelik Bilgi Düzeyi (STDBSYBD): Ortalama puan 16,26 olup, 7,00–16,32 aralığında yer aldığından **düşük düzey** bilgi düzeyini göstermektedir.

Sağlık Turizmi Desteklerinden Haberdar Olma Düzeyi (STDHOD): Ortalama puan 16,72 olup, 14,01–22,00 aralığında bulunmakta ve **orta düzey** haberdarlığa işaret etmektedir.

Sağlık Turizmi Desteklerinin Etkileri Hakkında Algı Düzeyi (STDEHAD): Ortalama puan 18,91 olup, 14,01–22,00 aralığında yer almakta ve **orta düzey** algıyı ifade etmektedir.

Genel Sağlık Turizmi Destekleri Farkındalık Düzeyi Puanı: Katılımcıların genel toplam puanı 62,99 olup, 53,67–84,33 aralığında bulunmakta ve genel olarak **orta düzeyde** farkındalık düzeyine sahip olduklarını göstermektedir. Bu tez çalışmasında, Sağlık turizmi destekleri farkındalık düzeyi toplam Cronbach alfa değeri 0,985'tir. Sağlık Turizmi Desteklerine Yönelik Bilgi Düzeyi 0,949, Sağlık Turizmi Destek Başvuru Sürecine Yönelik Bilgi Düzeyi 0,993, Sağlık Turizmi Desteklerden Haberdar Olma Düzeyi 0,980, Sağlık Turizmi Desteklerinin Etkileri Hakkında Algı Düzeyi 0,992 alt boyut Cronbach alfa değerleridir (Tablo 3.1).

3.7. Verilerin Analizi

Veriler IBM SPSS 25.0 ile analiz edildi. Normal dağılıma uygunluk Kolmogrov-Smirov testi ile incelenmiştir. Elde edilen veri seti içerisinde yer alan sayısal değişkenlerden normal dağılım gösterenlerde ortalama ve standart sapma kullanılmıştır. Analizde ilk olarak kurumsal bilgiler frekans analizi yöntemi kullanılmıştır. İkili gruplara göre nicel değişkenlerin karşılaştırılmasında normal dağılım gösteren veriler için bağımsız iki örnek t testi kullanılmıştır. Kategorik olan maddelerin olan ilişkisinde bağımsız örneklem t-testi, tek yönlü varyans analiz yöntemi kullanılmıştır. Değişkenler arası ilişkisinin tespitinde pearson korelasyon analizi yapılmıştır. Çalışma %5 hata payı, %95 güven aralığında tamamlanmıştır.

3.8. Araştırmacının Rolü

Araştırmacı 2012 yılında Sağlık Bakanlığına bağlı göreve başlamıştır. Müdürlük bünyesinde çeşitli görevler almıştır. 2019 yılında Samsun İl Sağlık Müdürlüğü, Sağlık Hizmetleri Başkanlığı Sağlık Turizmi Biriminde görev almıştır. Araştırmacının Müdürlükte sağlık turizmi birimi kurulmasından itibaren 6 yıllık sağlık turizmi çalışma geçmişi incelendiğinde deneyim kazandığı ve bulunduğu görevler sebebiyle sağlık kuruluşları, aracı kuruluşlar ve iş birliği kuruluşları ile temas halinde olduğu görülmektedir. Sağlık turizmi sektöründe sahada görev alması sebebiyle araştırmada etkin rol almıştır.

3.9. Araştırmanın Etik Yönü

Araştırmaya başlamadan önce araştırmanın etik açıdan uygunluğunun değerlendirilmesi için Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi Klinik Araştırmalar Etik Kurulu'na başvurulmuş ve etik kurul onayı alınmıştır (03.07.2024 tarihli ve 191370 E.) (Ek-2).

3.10. Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu araştırma bazı sınırlılıklar çerçevesinde yürütülmüştür:

Zaman Sınırlılığı: Araştırma belirli bir zaman dilimi içinde gerçekleştirilmiştir. Bu nedenle elde edilen bulgular, veri toplama sürecindeki mevcut durumları yansıtmaktadır. Sağlık turizmi desteklerine ilişkin bilgi ve algı düzeyleri zaman içinde değişebileceğinden, sonuçlar uzun vadeli genellemelere açık değildir.

Coğrafi Sınırlılık: Türkiye genelinde faaliyet gösteren tüm kurumlar araştırma evrenini oluşturmakla birlikte, çalışmaya katılım sağlayan kurumlar büyük ölçüde sağlık turizminde aktif olan illerde yoğunlaşmıştır. Bu durum, katılımcıların coğrafi dağılımında dengesizlik oluşturabileceğinden, sonuçların genellenebilirliğini kısıtlayabilir.

Katılımcı Sayısı: Araştırma için hesaplanan örneklem büyüklüğü 357 iken, çalışmaya 337 kurum temsilcisi katılmıştır. Her ne kadar bu sayı yeterli örnekleme oranına yakın olsa da, sonuçların evrene tam olarak genellenmesi konusunda dikkatli olunmalıdır.

Öznel Değerlendirme: Anket soruları, katılımcıların kişisel bilgi düzeyi ve algılarına dayalı öznel yanıtlar içermektedir. Katılımcıların kendi değerlendirmelerine göre verdikleri yanıtlar, objektif bilgi düzeylerinden sapma gösterebilir.

Geliştirilen Anketin İlk Kullanımı: Araştırmada kullanılan anket formu araştırmacı tarafından geliştirilmiş ve bu çalışmada ilk kez uygulanmıştır. Geçerlik ve

güvenirlik analizleri yapılmış olsa da, farklı örneklerle tekrar test edilmesine ihtiyaç vardır.

Kurumsal Temsilci Profili: Araştırmada kurumlar adına katılım sağlayan kişilerin unvanları ve kurumdaki rollerine ilişkin çeşitlilik bulunmaktadır. Farklı görev ve bilgi düzeyine sahip katılımcıların görüşleri farklılık gösterebilir.



4. BULGULAR

Bu bölümde sağlık turizmi sektöründe faaliyet gösteren kurumların sağlık turizmi destekleri farkındalık düzeyinin incelenmesi amacıyla elde edilen verilerin analizlerine yönelik bulgular yer almaktadır.

Kurumsal ve Demografik Bilgiler: Çalışmaya dâhil edilen 337 sağlık turizmi sektöründe faaliyet gösteren kurumların büyük çoğunluğunu (%75,4) yetkilendirilmiş sağlık tesisleri oluşturmuştur. Bu tesislerin %48,8'i muayenehane, %33,9'u hastane iken yalnızca %0,4'ü fizik tedavi merkezi ve %0,4'ü yaşlı bakım merkezi olarak hizmet vermektedir. Uluslararası sağlık turizmi yetki belgeli sağlık kurumlarının %93,3'ü özel sektöre aittir. Bölgesel dağılıma bakıldığında, Marmara Bölgesi %31,8 ile en fazla kurumu barındırmaktadır. Kurumların %72,4'ü 0–100 arası çalışan sayısına sahiptir (Tablo 4.1.).

Tablo 4.1. Sağlık turizmi sektöründe faaliyet gösteren kurumların özellikleri

Özellik	Sıklık (n)	Yüzde (%)
Kurumun Sağlık Turizmi Faaliyetlerindeki Yeri		
İş Birliği Kuruluşu	13	3,9
Yetkilendirilmiş Aracı Kuruluş	70	20,8
Yetkilendirilmiş Sağlık Tesis	254	75,4
Uluslararası Sağlık Turizmi Yetki Belgeli Sağlık Tesisinin Türü (n=254)		
Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği	33	13,0
Fizik Tedavi Merkezi	1	0,4
Hastane	86	33,9
Muayenehane	124	48,8
Tıp Merkezi	9	3,5
Yaşlı Bakım Merkezi	1	0,4
Uluslararası Sağlık Turizmi Yetki Belgeli Sağlık Tesisinin Kurum Türü (n=254)		
Kamu	6	2,4
Özel	237	93,3
Üniversite	11	4,3

Kuruluşun Bulunduğu Bölge		
Marmara	107	31,8
Ege	62	18,4
Akdeniz	57	16,9
İç Anadolu	56	16,6
Karadeniz	52	15,4
Doğu Anadolu	3	0,9
Çalışan Sayıları		
0-100	244	72,4
101-500	36	10,7
501-1000	26	7,7
1001-2000	17	5,0
2001 ve üzeri	14	4,2

Kurumların hizmet vermeye başlama yılları incelendiğinde, %47,5’inin 2020–2024 yılları arasında hizmete başladığı görülmüştür. Bu oran, sağlık turizmi alanında son yıllarda önemli bir artış olduğunu göstermektedir (Tablo 4.2.).

Tablo 4.2. Sağlık turizmi sektöründe faaliyet gösteren kurumların hizmet başlangıç sürelerinin dağılımı

Süre (Yıl)	Sıklık (n)	Yüzde*(%)
2000 öncesi	14	4,2
2000-2004	16	4,7
2005-2009	21	6,2
2010-2014	53	15,7
2015-2019	73	21,7
2020-2024	160	47,5

Son üç yılda sağlık turisti başvuru sayılarında ortalama %5–10 arasında artış bildiren kurum oranı %38,3, gelirlerinde bu aralıkta artış bildirenlerin oranı ise %36,4’tür. Sağlık turizmi kapsamında yapılan harcamaların sağlık turizmi gelirlerindeki artışa olan etkisi ortalama yüzdeler artış ise en fazla bildirilen artış aralığı yine %5–10’dur (%22,5). Sağlık turisti başvuru sayısı, sağlık turizmi gelirleri ve sağlık turizmi kapsamında yapılan harcamaların sağlık turizmi gelirlerindeki artışa olan etkisindeki ortalama artış oranı genel olarak artış eğilimi mevcuttur (Tablo 4.3.).

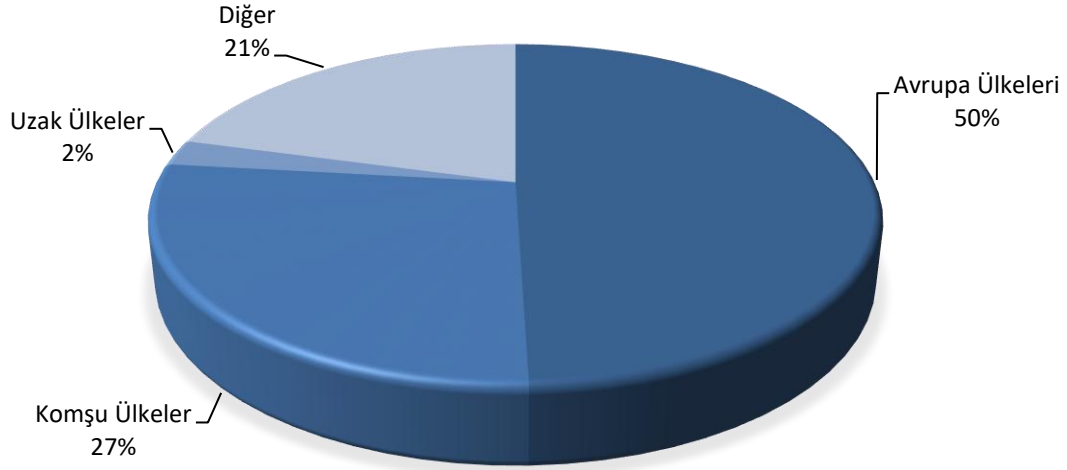
Tablo 4.3. Sağlık turizmi sektöründe faaliyet gösteren kurumların başvuru özelliklerinin dağılımı

Özellik	Sıklık (n)	Yüzde (%)
Sağlık Turisti Başvuru Sayısında Son 3 Yılda Ortalama Artış Oranı (n=324)		
Azaldı	12	3,7
%5-10 arası	124	38,3
%11-20 arası	44	13,6
%21-30 arası	41	12,7
%31-40 arası	44	13,6
%41-50 arası	30	9,3
%51-60 arası	23	7,1
%61-70 arası	3	0,9
%71-80 arası	0	0,0
%81-90 arası	0	0,0
%91 ve üstü	3	0,9
Sağlık Turisti Gelirlerinde Son 3 Yılda Ortalama Artış Oranı (n=324)		
Azaldı	12	3,7
%5-10 arası	118	36,4
%11-20 arası	52	16,0
%21-30 arası	34	10,5
%31-40 arası	48	14,8
%41-50 arası	26	8,0
%51-60 arası	16	4,9
%61-70 arası	9	2,8
%71-80 arası	2	0,6
%81-90 arası	3	0,9
%91 ve üstü	4	1,2
Sağlık Turizmi Kapsamında Yapılan Harcamaların Sağlık Turizmi Gelirlerindeki Artışa Etkisi Ortalama Artış Oranı		
Azaldı	8	2,5
%5-10 arası	73	22,5
%11-20 arası	39	12,0
%21-30 arası	54	16,7
%31-40 arası	25	7,7
%41-50 arası	43	13,3
%51-60 arası	40	12,3
%61-70 arası	19	5,9
%71-80 arası	10	3,1
%81-90 arası	8	2,5
%91 ve üstü	5	1,5

Sağlık turizmi sektöründe faaliyet gösteren kurumların en çok hizmet verdikleri ülkelere bakıldığında Almanya (%74,8), Gürcistan (%37,4), Azerbaycan (%34,7), İngiltere (%35,9) ve Rusya Federasyonu (%27,0) ön plana çıkmaktadır. Bu dağılım, hizmetlerin hem Avrupa hem de komşu coğrafyalara yoğunlaştığını göstermektedir (Tablo 4.4, Şekil 4.1.).

Tablo 4.4. Sağlık turizmi sektöründe faaliyet gösteren kurumların en çok sağlık hizmeti verdikleri ülkelerin dağılımı

Ülke	Sayı
Almanya	252
İngiltere	121
Avusturya	82
Hollanda	61
Fransa	50
Polonya	26
Macaristan	1
Yunanistan Bulgaristan	1
Kazakistan	50
Özbekistan	43
Katar	18
Kuveyt	14
Cezayir	14
BAE	10
İrlanda	3
Afrika Ülkeleri	1
İrlanda	1
Moldova	1
Balkanlar	1
Bosna	1
Afrika ülkeleri	1
Gürcistan	126
Azerbaycan	117
Irak	76
İran	17
ABD	29
Avustralya	1
Rusya Federasyonu	91
Romanya	17



Şekil 4.1. Sağlık turizmi sektöründe faaliyet gösteren kurumların en çok hizmet verdikleri ülke gruplarının dağılımı

Katılımcıların %43,3'ü sağlık turizmi desteklerinden yararlandığını bildirmiştir. En fazla yararlanan destek türü, %27,8 oranıyla reklam, tanıtım ve pazarlama desteğidir. Destekten faydalanan kurumlar içinde %33,3'ü 1 yıldır, %25'i 3 yıldır sağlık turizmi desteklerinden faydalandığı tespit edilmiştir. Kurumların son bir yıl içinde sağlık turizmi desteklerine başvuru sıklığı %31,5'i bir kez, %29,5'inin beş ve üzeri olduğu tespit edilmiştir. Destek danışmanlığı hizmeti alan kurum ise %53,4 tür (Tablo 4.5).

Tablo 4.5 Sağlık turizmi alanında yetkilendirilmiş kurumların sağlık turizmi desteklerinden faydalanma durumlarının dağılımı

Özellik	Sıklık (n)	Yüzde (%)
Sağlık Turizmi Desteklerinden Faydalanma Durumu		
Evet	146	43,3
Hayır	191	56,7
Yararlanan Destek Çeşidi		
Acente Komisyon	35	7,7
Birim Desteği	5	1,1
Hasta Yol Desteği	52	11,4
HİSER Projesi Desteği	8	1,8
Komplikasyon ve Seyahat Sağlık Sigortası Desteği	17	3,7
Markalaşma Desteği	9	2,0
Pazara Giriş Belgeleri	7	1,5
Reklam Tanıtım ve Pazarlama	127	27,8
Sanal Fuar Organizasyon Desteği	2	0,4
Sektörel Alım Heyeti Desteği	11	2,4

Tescil ve Koruma	14	3,1
Ticaret Heyeti Desteği	1	0,2
Turquality	16	3,5
Yabancı dil ve sağlık turizmi eğitimi desteği	14	3,1
Yurt Dışı Etkinlik Katılım	54	11,8
Yurt İçi Etkinlik Katılım	31	6,8
Yurt İçi Tanıtım/Eğitim Desteği	4	0,9
Ürün Yerleştirme	6	1,3
İstihdam	44	9,6
Sağlık Turizmi Desteklerinden Faydalanma Yılı (n=108)		
1 Yıl	36	33,3
2 Yıl	26	24,1
3 Yıl	27	25,0
4 Yıl	19	17,6
Son 1 Yılda Destek Başvuru Sıklığı (n=146)		
1	46	31,5
2	21	14,4
3	15	10,3
4	21	14,4
5 ve üzeri	43	29,5
Destek Danışmanlığı Alma Durumu		
Evet	78	53,4
Hayır	68	46,6

Destek başvurusu sürecinde sorun yaşayanların oranı %11,6 iken, destekleri yeterli bulanların oranı %58,2'dir. Buna karşın %33,2'lik bir kesim destekleri yetersiz bulmaktadır (Tablo 4.6).

Tablo 4.6 Destek alırken sorun yaşanma ve destek yeterlilik durumlarının dağılımı

Özellik	Sıklık (n)	Yüzde (%)
Desteklere Başvurma Sürecinde Sorun Yaşanma Durumu		
Evet		
Hayır	17	11,6
	129	88,4
Desteklerin Yeterli Bulunma Durumu		
Evet	196	58,2
Hayır	112	33,2
Kararsızım	29	8,6

Başvuru sürecinde yaşanan zorluklar arasında bürokratik engeller, prosedürler, ödemelerde yaşanan gecikmeler, teknik sorunlar ve danışman firma eksikliği ön plandadır (Tablo 4.7).

Tablo 4.7. Başvuru sürecinde yaşanan sorunlar

Tema	Açıklama	Katılımcı Görüşü Örneği
Prosedürel Zorluklar	Başvuru sürecinin karmaşık, değişken ve zaman alıcı olması	İhtiyaç analizi ihale süreci Prosedürler sorun oluyor kolaylaştırılmalı Uzun bir süreç Prosedürler çok hızlı değişiyor
Bürokratik	Resmî işlemlerde yaşanan engeller ve kurumsal gecikmeler	Bürokratik zorluklar
Yabancı Hasta Evrak Sorunu	Yabancı hastaların kimlik bilgileri nedeniyle belge tamamlamada yaşanan sorunlar	Bazı yabancı hastalar ülkeye kimlikleri ile giriş yapmaktalar ve bu sebeple destek için gerekli evrak eksikliği yaşamaktayız
Teknik Sorunlar	Elektronik sistemlerde yaşanan erişim ve işleyiş problemleri	E-imza ile ilgili teknik sorunlar
İletişim Eksikliği	Yetkili kişilere ulaşmada yaşanan zorluklar	Dosyalarımızla ilgilenen uzmanlara ulaşamamak
Mevzuatın Sık Değişmesi	Mevzuat değişmesi nedeniyle uyum güçlüğü	Mevzuatın sürekli değişmesi sebebiyle bazı dosyalarımız reddedildi
Geri Ödeme Gecikmesi	Destek ödemelerinin gecikmesi	“Evrak teminine yapmış olmamıza rağmen ödemeleri hala alamamış olmamız üzerinden dokuz ay geçmiş olmasına rağmen”
Danışman Firma Eksikliği	Başvuru sürecinde yol gösterici danışman firma/ kurum eksikliği	“Aracı kurum olmadan teşviğe ulaşmak çok zor”

Katılımcıların sağlık turizmi desteklerinin yeterliliğine ilişkin açık uçlu yanıtları temalar altında gruplandırılmıştır. Katılımcıların görüşleri doğrultusunda en çok dile getirilen sorunlar arasında bürokratik zorluklar, finansal yetersizlik, geri ödeme gecikmeleri, bilgilendirme eksikliği, kur farkı öne çıkmaktadır. Ayrıca, küçük ölçekli kurumlara ve aracı kuruluşlara özel destek eksikliği ile STK ve kamu kurumlarının destek mekanizmalarına yeterince entegre edilememesi dikkat çekici diğer bulgular arasında yer almaktadır (Tablo 4.8.).

Tablo 4.8. Desteklerin yeterliliği hakkında katılımcı görüşleri

Tema	Açıklama	Katılımcı Görüşü Örneği
Bürokratik Zorluklar	Prosedürlerin karmaşık ve işlemlerin yavaş olması	“Prosedür uzun “ Çok denetleniyor ve çok problem çıkartılıyor Destek başvuruları gün geçtikçe zorlaşmaktadır Süreçlerin çok uzun sürmesi” “Destek uygulamasının zorluğu”
Ulaşım ve Konaklama Desteği	Konaklama, aktarmalı ulaşım gibi kalemler için destek ihtiyacı	Hastaların konaklama desteği
Finansal Yetersizlik	Sağlanan desteklerin miktar olarak yetersiz bulunması	Genel desteklerde limit düşük Oran olarak yeterli değil Harcamalar dövizle yapılmakta, teşvik TL ile ve geç verilmekte Limit artırılmalı, harcamanın yapıldığı para cinsinden ödeme yapılmalı. Getirdiğimiz hastaların hastaneye ödediğimiz sağlık giderinden desteklenmemizin gerekliliğini düşünüyoruz
Yatırım ve İstihdam Desteği	Yeni yatırımlar ve istihdam artırıcı desteklerin eksikliği	Yatırım ve istihdam alanı genişletilebilir
Bilgi ve Bilgilendirme Eksikliği	Desteklere dair yeterli ve doğru bilgilendirmenin yapılmaması	“Yeterli bilgilendirme yok” “Desteklerden henüz yararlanmadık. Prosedür ve süreçler çok yıpratıcı ve enerji tüketiyor” “Yeterli bilgi sahibi olmadığımız için desteklerden faydalanmıyoruz”
Geri Ödeme Gecikmeleri	Teşvik ödemelerinin gecikmesi ve belirsizliği	Teşviklerin zamanında verilmemesi ve dönüşün uzun süre alması Geri dönüş süresinin uzun olması Süreçler geç tamamlanıyor
Eğitim, Rehberlik ve Danışmanlık Eksikliği	Başvuru ve uygulama süreçlerinde rehber eksikliği	“Bu konuyla ilgili yetkili herhangi birisi yok” “Yabancı dil desteği kapsamı verilecek yerler genişletilmeli”
Performans Temelli Teşvik İhtiyacı	Nicelik yerine nitelik esaslı teşvik sistemi beklentisi	Performansa göre teşvik sistemi getirilmeli; nicelik değil nitelikli performans ölçümü yapılmalı
Rehberlik ve Danışmanlık Eksikliği	Başvuru ve uygulama süreçlerinde rehber eksikliği	Yönlendirme daha yeterli olabilir
Kapsamın Darlığı	Destek kalemlerinin sınırlı ve dar kapsamlı olması	“Sağlık turizmi, turizmi ile alakalı olan her şey demektir fakat bizler sadece hastane içerisinde hizmet veriyoruz...” “Kapsam çok kısıtlı genişletilmesi taraftarıyım” “Daha detay ve kapsamlı olabilir” “Yurtdışı etkinlik katılım destek içeriği genişletilmeli Daha çeşitlendirilmesi gerekiyor”
Reklam ve Tanıtım Yetersizliği	Tanıtım faaliyetlerine verilen desteklerin yetersiz kalması	“Reklam giderleri çok fazla olduğu için belli bir meblağsını karşılıyor olması, sosyal medya yönetiminde düşük kalması” “Daha fazla reklam ve tanıtım yapmak gerekmektedir”
Aracı Kurumlara Destek Eksikliği	Yetkilendirilmiş aracı kurumlara yönelik destek eksikliği	Aracı kurumlar daha fazla desteklenmeli
Küçük Ölçekli Kurumlara Uygun Olmama	Mevcut desteklerin büyük ölçekli kurumlara göre şekillenmesi	Şartlar ağır ve büyük ölçekli kliniklere daha çok yönelik

STK ve Kamu Kurumlarına Destek Eksikliği	Sivil toplum ve kamu kuruluşlarına yönelik desteklerin sınırlılığı	“Sivil toplum kuruluşları için yeterli destek verilmemesi ve STK larında yetkilendirilmemesi” “Kamu hastaneleri için yeterli mevzuatı bulunmuyor. Acenta komisyonları vs.”
--	--	---

Sağlık turizmi desteklerine ilişkin katılımcı görüş, öneri, yorum veya taleplere bakıldığında, en fazla vurgu yapılan alanlar arasında reklam ve tanıtım desteği, prosedürlerin azaltılması, eğitim ve bilgilendirme eksikliği, finansal desteklerin yetersizliği ve danışmanlık ihtiyacı yer almaktadır. Özellikle tanıtım faaliyetlerinin daha etkin biçimde desteklenmesi, güncel yönetmeliklere ilişkin farkındalık artırıcı eğitimlerin verilmesi ve başvuru süreçlerinde sadeleştirmeye gidilmesi talepleri dikkat çekmektedir. Ayrıca küçük ölçekli işletmeler, yeni girişimciler ve STK'lara yönelik özel teşvik mekanizmalarının geliştirilmesi önerilmiştir (Tablo 4.9.).

Tablo 4.9. Sağlık turizmi desteklerine ilişkin katılımcı görüş, öneri, yorum veya talepler

Tema	Açıklama	Katılımcı Görüşleri
Reklam ve Tanıtım Desteği	Tanıtım faaliyetlerine ilişkin yasal esneklik, içerik desteği, bilgilendirme eksiklikleri	“Dış hekimleri odası tanıtımlara çok müdahale ediyor.” “Reklam yönetmeliğinin sağlık turizmi yetki belgesini sahibi kurumlarda iç ve dış pazarda kapsam ve niteliğinin sınırlarının tam olarak belirlenmesi” “Tanıtım etkinlikleri daha fazla yapılmalı” “Sağlık turizminde tanıtım en çok öncesi sonrası fotoğraflarla oluyor.” “Reklamda öncesi sonrası hastanın karar verme sürecini etkileyen en önemli unsur belirli çerçevede yapılmalıdır.” “Öncesi sonrası reklam yapılmalı”
Eğitim ve Bilgilendirme	Bilgilendirme ve eğitim toplantılarına yönelik talep	“Bilgilendirme eksik, eğitimler yetersiz” “Bilgilendirme ve eğitim talep ediyorum.” “Daha fazla bilgilendirme yapılabilir” “Eğitim ya da bilgilendirme toplantısı talep ediyorum” “Güncel desteklerle ilgili videolu eğitim” “Yeni açılan muayenehanelere bilgi verilsin” “Pazara yeni giriş yaptık bilgi talep ediyorum” “Sektöre yeni girenlere yönelik bu konuda eğitim düzenlenebilir”
Prosedürlerin Azaltılması	Başvuru ve işlem süreçlerinin sadeleştirilmesi	“Prosedürler azaltılmalı”, “Prosedürler başvuru yaptıktan vazgeçiriyor”, “Prosedür ve ilgilenen çalışan olmayınca başvuru yaptıktan vazgeçiriyor”, “Başvuru süreci kolaylaştırılabilir”, “Prosedürlerle uğraşmak zaman alıyor”, “Prosedürlerde kolaylık sağlanması” “Süreç kısaltılmalı prosedürler azaltılmalı”
Danışmanlık ve Profesyonel Destek	Sektöre yeni girenler ve küçük işletmeler için rehberlik ihtiyacı	“Danışmanlık Desteği” “Daha sağlıklı bir iş yapabilmemiz için Sağlık Turizmi Profesyonellerinin desteğine ihtiyacımız var.” “Uluslararası Hasta Danışma ve Tanışma Desteği (Hastalar ile kendi ülke ve şehirlerinde görüşmeler ayarlanıp Türkiye'deki sağlık hizmetlerini tanıtmak oldukça faydalı) CRM Yazılım Desteği”, “Yeni iş kuranlara danışmanlık desteği verilsin”, “Yeni kurulan bir acenteyiz” “Sektöre yeni girenlere Danışmanlık desteği verilirse hızlı

		ilerleme sağlanır”, “Muayenehaneler için danışmanlık desteği istiyoruz bu alan da yetkin personel olmadığı için ücretli destek alıyoruz”
Finansal Desteklerin Arttırılması	Teşvik oranlarının artırılması, ödeme süreçlerinin hızlandırılması	“Sağlık Turizmi desteklerin de meblağın aktarılması reklam giderlerimizin daha yüzdelik oranda fazlasının karşılanması bizleri rahatlatacaktır güvenilir firma olup yurt dışından hastaları ülkemize getirebilmek için döviz kazanabilmek için tabii ki belirli bir miktar harcama yapacağız ama yaptığımız harcamaları da devlet tarafından teşviklerin daha erken süreçte verilmesi neredeyse bir yıl olmasına rağmen ödemelerimizi alamadığımız için bütçe kısıtlamalarına gitmek zorunda kalıyoruz” “Verilen teşvikler güncellenmeli ve ilaveler yapılmalı” “Destek oranları arttırılmalı” “Ödeme süreci hızlandırılmalı”
Ulaşım ve Konaklama Desteği	Yurtiçi ve aktarmalı uçuşlar ile konaklama için teşvik beklentisi	“Konaklama ve Ulaşım” “Aktarmalı uçuşlarda, yurt içi uçuş desteği de almak istiyoruz” “Yurtiçi Aktarmalı uçuşlar için destek verilmeli”
Destek Süresinin Uzatılması	Mevcut destek sürelerinin arttırılması	“Destek süresinin arttırılması”
STK ve Kamu Kurumlarına Destek	Sivil toplum ve kamu kurumlarının destek kapsamına alınması	“Sivil Toplum Kuruluşları her ilde yetkilendirilsin” “Sağlık Turizm Dernek yöneticileri Pasaport vize işlemlerinde kolaylık sağlansın” “İhale süreçlerinde düzeltme ve ödemelerde hız”
Kapsam Genişletme ve Çeşitlendirme	Desteklerin kurum tiplerine, hasta türlerine ve hizmet kapsamına göre genişletilmesi	“Destek kalemi çeşidi az içeriye hasta sokabileceğimiz her alana destek verilmeli.” “Özel hastane gider kalemlerine teşvik verilmesi, yoksa bu gidişle sadece zincir özel hastaneler sağlık turizmi yapabilir hale gelecek ancak sağlık turizminin demirbaşı kalitesini arttıran grup muayenehane hekimliğidir” “Özellikle uzun süre kalan hastalara (onkoloji vaka)ara ara da olsa etkinlikler düzenlemeli” “Seyahatler oteller fuarlarda sadece stant açma değil ziyaretlere de destek olmalı” “Tanıtım yönetmeliğindeki öncesi sonrası fotoğraf paylaşımı kurallara tabi olmak üzere serbest bırakılmalı”
Farkındalık ve Değer Algısı	Desteklere yönelik kamuoyu ve sektör içinde farkındalık eksikliği	“Farkındalık sağlanmalı”

Sağlık Turizmi Desteklerine Yönelik Farkındalık Düzeyine İlişkin Bulgular:

Çalışmada yapılan betimsel analizler sonucunda, sağlık turizminde faaliyet gösteren 337 kurumun sağlık turizmi destekleri farkındalık düzeyine (STDFD) ilişkin verdikleri yanıtlar değerlendirilmiştir. Katılımcıların STDFD'den aldıkları puanlar 23,00 ile 115,00 arasında değişmiş, ortalama puan $62,99 \pm 27,14$ olarak hesaplanmıştır. Farkındalık düzeyinin alt boyutlarına ilişkin bulgular incelendiğinde; Sağlık Turizmi Desteklerine Yönelik Bilgi Düzeyi (STDYBD) alt boyutundan katılımcılar minimum 4, maksimum 20 puan almış, ortalama puan $11,10 \pm 4,94$ olarak belirlenmiştir. Sağlık Turizmi Destek Başvuru Sürecine Yönelik Bilgi Düzeyi (STDBSYBD) alt boyutundan alınan puanlar 7

ile 35 arasında değişmiş ve ortalama puan $16,26 \pm 9,94$ olarak bulunmuştur. Sağlık Turizmi Desteklerden Haberdar Olma Düzeyi (STDHOD) alt boyutunda minimum 6, maksimum 30 puan elde edilirken, ortalama puan $16,72 \pm 7,63$ olarak hesaplanmıştır. Son olarak, Sağlık Turizmi Desteklerinin Etkileri Hakkında Algı Düzeyi (STDEHAD) alt boyutundan katılımcıların aldıkları puanlar 6 ile 30 arasında değişmiş olup, ortalama puan $18,91 \pm 7,61$ olarak tespit edilmiştir (Tablo 4.9). Katılımcıların genel toplam puanı 62,99 olup, 53,67–84,33 aralığında yer almakta ve bu durum, genel olarak orta düzeyde bir farkındalığa sahip olduklarını göstermektedir. Sağlık turizmi destekleri farkındalık düzeyi toplam Cronbach alfa değeri 0,985'tir. Sağlık Turizmi Desteklerine Yönelik Bilgi Düzeyi 0,949, Sağlık Turizmi Destek Başvuru Sürecine Yönelik Bilgi Düzeyi 0,993, Sağlık Turizmi Desteklerden Haberdar Olma Düzeyi 0,980, Sağlık Turizmi Desteklerinin Etkileri Hakkında Algı Düzeyi 0,992 alt boyut Cronbach alfa değerleridir (Tablo 4.10.).

Tablo 4.10. Sağlık turizmi destekleri farkındalık düzeyi ve alt boyutlarına ait betimsel analiz sonuçları

	N	Min.	Max.	Ortalama	SS	Cronbach alfa
Sağlık Turizmi Desteklerine Yönelik Bilgi Düzeyi (STDYBD)	337	4,00	20,00	11,10	4,94	0,949
Sağlık Turizmi Destek Başvuru Sürecine Yönelik Bilgi Düzeyi (STDBSYBD)	337	7,00	35,00	16,26	9,94	0,993
Sağlık Turizmi Desteklerden Haberdar Olma Düzeyi (STDHOD)	337	6,00	30,00	16,72	7,63	0,980
Sağlık Turizmi Desteklerinin Etkileri Hakkında Algı Düzeyi (STDEHAD)	337	6,00	30,00	18,91	7,61	0,992
TOPLAM	337	23,00	115,00	62,99	27,14	0,985

Tek yönlü varyans analiz (One-Way ANOVA) testi sonucuna göre, işbirliği kuruluşlarının, sağlık turizmi destekleri farkındalık düzeyleri; sağlık turizmi desteklerine yönelik bilgi, destek başvuru süreci, desteklerden haberdar olma düzeyleri ile desteklerinin etkileri hakkında algı düzeyleri yetkilendirilmiş aracı kuruluş ve yetkilendirilmiş sağlık tesislerine göre istatistiksel olarak anlamlı şekilde daha yüksektir ($p < 0,05$) (Tablo 4.11.).

Tablo 4.11. Kurum türüne göre sağlık turizmi destekleri farkındalık düzeyi ve alt boyut düzey puanlarının ortanca istatistiklerine ilişkin varyans analiz sonuçları

		N	Ort.	SS	Min.	Max.	P
STDYBD	İşbirliği Kuruluşu	13	16,15	4,04	8,00	20,00	,000
	Yetkilendirilmiş Aracı Kuruluş	70	12,26	4,39	4,00	20,00	
	Yetkilendirilmiş Sağlık Tesisi	254	10,52	4,94	4,00	20,00	
	Toplam	337	11,10	4,94	4,00	20,00	
STDBSYBD	İşbirliği Kuruluşu	13	27,00	6,34	14,00	35,00	,000
	Yetkilendirilmiş Aracı Kuruluş	70	16,31	9,78	7,00	35,00	
	Yetkilendirilmiş Sağlık Tesisi	254	15,69	9,85	7,00	35,00	
	Toplam	337	16,26	9,94	7,00	35,00	
STDHOD	İşbirliği Kuruluşu	13	23,31	5,98	12,00	30,00	,000
	Yetkilendirilmiş Aracı Kuruluş	70	18,31	6,36	6,00	30,00	
	Yetkilendirilmiş Sağlık Tesisi	254	15,94	7,81	6,00	30,00	
	Toplam	337	16,72	7,63	6,00	30,00	
STDEHAD	İşbirliği Kuruluşu	13	23,54	5,83	12,00	30,00	,000
	Yetkilendirilmiş Aracı Kuruluş	70	21,39	5,73	6,00	30,00	
	Yetkilendirilmiş Sağlık Tesisi	254	17,98	7,92	6,00	30,00	
	Toplam	337	18,91	7,61	6,00	30,00	
TOPLAM	İşbirliği Kuruluşu	13	90,00	21,51	46,00	115,00	,000
	Yetkilendirilmiş Aracı Kuruluş	70	68,27	23,11	23,00	115,00	
	Yetkilendirilmiş Sağlık Tesisi	254	60,15	27,52	23,00	115,00	
	Toplam	337	62,99	27,14	23,00	115,00	

Tek yönlü varyans analiz (One-Way ANOVA) testi sonucuna göre, çalışan sayısı 1001-2000 arası olan kurumların, sağlık turizmi destekleri farkındalık düzeyleri; sağlık turizmi desteklerine yönelik bilgi, destek başvuru süreci, desteklerden haberdar olma

düzeyleri ile desteklerinin etkileri hakkında algı düzeyleri diğerlerine göre istatistiksel olarak anlamlı şekilde daha yüksektir ($p<0,05$) (Tablo 4.12.).

Tablo 4.12. Kurumların çalışan sayılarına göre, sağlık turizmi destekleri farkındalık düzeyi ve alt boyut düzey ortalama puan ilişkin varyans analiz sonuçları

		N	Ortalama	SS	Min.	Max.	p
STDYBD	0-100	244	10,28	4,79	4,00	20,00	,000
	101-500	36	13,14	4,92	6,00	20,00	
	501-1000	26	11,92	4,59	6,00	20,00	
	1001-2000	17	16,12	3,64	5,00	20,00	
	2001 ve üzeri	14	12,57	4,55	5,00	20,00	
	Toplam	337	11,10	4,94	4,00	20,00	
STDBSYBD	0-100	244	13,95	9,00	7,00	35,00	,000
	101-500	36	20,89	10,17	7,00	35,00	
	501-1000	26	22,31	9,07	7,00	35,00	
	1001-2000	17	26,94	9,23	7,00	35,00	
	2001 ve üzeri	14	20,43	9,87	7,00	35,00	
	Toplam	337	16,26	9,94	7,00	35,00	
STDHOD	0-100	244	15,40	7,38	6,00	30,00	,000
	101-500	36	19,61	7,71	6,00	30,00	
	501-1000	26	19,19	6,81	6,00	30,00	
	1001-2000	17	24,53	5,70	6,00	30,00	
	2001 ve üzeri	14	18,29	6,98	6,00	30,00	
	Toplam	337	16,72	7,63	6,00	30,00	
STDEHAD	0-100	244	18,17	7,65	6,00	30,00	,000
	101-500	36	20,33	7,71	6,00	30,00	
	501-1000	26	18,81	6,49	10,00	30,00	
	1001-2000	17	25,41	6,03	6,00	30,00	
	2001 ve üzeri	14	20,29	6,72	6,00	30,00	
	Toplam	337	18,91	7,61	6,00	30,00	
TOPLAM	0-100	244	57,80	25,40	23,00	115,00	,000
	101-500	36	73,97	29,08	25,00	115,00	
	501-1000	26	72,23	24,56	40,00	111,00	
	1001-2000	17	93,00	22,39	24,00	115,00	
	2001 ve üzeri	14	71,57	25,65	24,00	115,00	
	Toplam	337	62,99	27,14	23,00	115,00	

Tek yönlü varyans analiz testi sonucuna göre, Uluslararası sağlık turizmi yetki belgeli sağlık tesisi türlerinden hastane olan kurumların, genel toplam sağlık turizmi

destekleri farkındalık düzeyleri; sağlık turizmi desteklerine yönelik bilgi, destek başvuru süreci, desteklerden haberdar olma düzeyleri ile desteklerinin etkileri hakkında algı düzeyleri alt boyutları diğer sağlık tesislerine göre istatistiksel olarak anlamlı şekilde daha yüksektir ($p<0,05$) (Tablo 4.13.).

Tablo 4.13. Sağlık tesisinin türüne göre, sağlık turizmi destekleri farkındalık düzeyi ve alt boyut düzey ortalama puan ilişkin varyans analiz sonuçları

		N	Ortalama	SS	Min.	Max.	p
STDYBD	Muayenehane	124	8,61	4,21	4,00	20,00	,000
	Hastane	86	13,03	4,78	4,00	20,00	
	Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği	33	11,03	5,07	4,00	20,00	
	Diğer Sağlık Tesisleri (Tıp Merkezi, FTRM, YBM)	11	10,91	4,76	6,00	20,00	
	Toplam	254	10,52	4,94	4,00	20,00	
STDBSYBD	Muayenehane	124	10,38	6,10	7,00	35,00	,000
	Hastane	86	22,08	9,98	7,00	35,00	
	Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği	33	17,64	10,24	7,00	35,00	
	Diğer Sağlık Tesisleri (Tıp Merkezi, FTRM, YBM)	11	19,82	9,12	7,00	35,00	
	Toplam	254	15,69	9,85	7,00	35,00	
STDHOD	Muayenehane	124	12,54	6,86	6,00	30,00	,000
	Hastane	86	19,90	7,41	6,00	30,00	
	Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği	33	17,76	7,42	6,00	30,00	
	Diğer Sağlık Tesisleri (Tıp Merkezi, FTRM, YBM)	11	18,00	5,44	12,00	25,00	
	Toplam	254	15,94	7,81	6,00	30,00	
STDEHAD	Muayenehane	124	15,48	7,90	6,00	30,00	,000
	Hastane	86	20,59	7,30	6,00	30,00	
	Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği	33	19,94	7,58	6,00	30,00	
	Diğer Sağlık Tesisleri (Tıp Merkezi, FTRM, YBM)	11	19,91	5,41	12,00	30,00	
	Toplam	254	17,98	7,92	6,00	30,00	
TOPLAM		254	60,15	27,52	23,00	115,00	,000

Tek yönlü varyans analizi testi sonucuna göre, Uluslararası Sağlık Turizmi Yetki Belgeli Sağlık Tesisinin Kurum Türü kamu-özel ve üniversite olan kurumların genel toplam sağlık turizmi destekleri farkındalık düzeyleri; sağlık turizmi desteklerine yönelik bilgi, destek başvuru süreci, desteklerden haberdar olma düzeyleri ile desteklerinin etkileri hakkında algı düzeyleri alt boyutları arasında istatistiksel olarak anlamlı fark saptanmamıştır ($p>0,05$) (Tablo 4.14.).

Tablo 4.14. Sağlık tesisinin kurum türüne göre, sağlık turizmi destekleri farkındalık düzeyi ve alt boyut düzey ortalama puan karşılaştırmalarına ilişkin varyans analiz sonuçları

		N	Ortalama	SS	Min.	Max.	p
STDYBD	Kamu	6	10,83	4,49	6,00	16,00	,947
	Özel	237	10,54	5,00	4,00	20,00	
	Üniversite	11	10,09	4,28	5,00	16,00	
	Toplam	254	10,52	4,94	4,00	20,00	
STDBSYBD	Kamu	6	18,83	10,17	7,00	28,00	,697
	Özel	237	15,57	9,92	7,00	35,00	
	Üniversite	11	16,55	8,64	7,00	33,00	
	Toplam	254	15,69	9,85	7,00	35,00	
STDHOD	Kamu	6	20,00	5,90	11,00	26,00	,429
	Özel	237	15,87	7,90	6,00	30,00	
	Üniversite	11	15,36	6,71	6,00	24,00	
	Toplam	254	15,94	7,81	6,00	30,00	
STDEHAD	Kamu	6	19,00	7,77	8,00	24,00	,828
	Özel	237	18,02	7,96	6,00	30,00	
	Üniversite	11	16,73	7,59	6,00	28,00	
	Toplam	254	17,98	7,92	6,00	30,00	
TOPLAM		254	60,15	27,52	23,00	115,00	,000

T-testi (Independent Samples t-test) sonucunda elde edilen bulgulara göre, sağlık turizmi desteklerinden faydalanan kurumların, genel toplam sağlık turizmi destekleri farkındalık düzeyleri; sağlık turizmi desteklerine yönelik bilgi, destek başvuru süreci, desteklerden haberdar olma düzeyleri ile desteklerinin etkileri hakkında algı düzeyleri alt boyutları sağlık turizmi desteklerinden faydalanmayan kurumlara göre istatistiksel olarak anlamlı şekilde daha yüksektir ($p<0,05$) (Tablo 4.15.).

Tablo 4.15. Kurumun sağlık turizmi desteklerinden faydalanma durumuna göre, sağlık turizmi destekleri farkındalık düzeyi ve alt boyut düzey ortalama puan karşılaştırmalarına ilişkin t-testi sonuçları

	Kurumunuz sağlık turizmi desteklerinden faydalaniyor mu?	N	Ortalama	SS	p
STDYBD	Evet	146	13,98	4,41	,000
	Hayır	191	8,90	4,14	
STDBSYBD	Evet	146	22,82	9,51	,000
	Hayır	191	11,24	6,88	
STDHOD	Evet	146	22,00	5,94	,000
	Hayır	191	12,69	6,19	
STDEHAD	Evet	146	23,40	5,66	,000
	Hayır	191	15,47	7,12	
TOPLAM	Evet	146	82,20	22,54	,000
	Hayır	191	48,30	20,36	

Tek yönlü varyans analiz testi sonucuna göre, sağlık turizmi desteklerinden faydalanma süresine göre kurumların, genel toplam sağlık turizmi destekleri farkındalık düzeyleri; sağlık turizmi desteklerine yönelik bilgi, destek başvuru süreci, desteklerden haberdar olma düzeyleri ile desteklerinin etkileri hakkında algı düzeyleri alt boyutları arasında istatistiksel olarak anlamlı fark saptanmamıştır ($p>0,05$) (Tablo 4.16.).

Tablo 4.16. Kurumun sağlık turizmi desteklerinden faydalanma süresine göre, sağlık turizmi destekleri farkındalık düzeyi ve alt boyut düzey ortalama puan karşılaştırmalarına ilişkin varyans analiz sonuçları

ST desteklerinden faydalanma süresi	N	Ortalama	SS	Min.	Max.	p
STDYBD	1 yıl	36	13,81	4,72	6,00	,399
	2 yıl	26	12,81	4,67	5,00	
	3 yıl	27	14,93	3,60	7,00	
	4 yıl	19	13,42	4,25	7,00	
	5 yıl	38	14,55	4,51	6,00	
	Toplam	146	13,98	4,41	5,00	
STDBSYBD	1 yıl	36	23,81	9,59	7,00	,108
	2 yıl	26	21,23	10,05	7,00	
	3 yıl	27	21,78	9,44	7,00	
	4 yıl	19	19,11	9,53	7,00	
	5 yıl	38	25,58	8,59	7,00	
	Toplam	146	22,82	9,51	7,00	
STDHOD	1 yıl	36	22,78	5,98	11,00	,855

	2 yıl	26	21,23	5,79	6,00	30,00	
	3 yıl	27	22,07	5,31	11,00	30,00	
	4 yıl	19	21,26	5,96	6,00	30,00	
	5 yıl	38	22,11	6,59	11,00	30,00	
	Toplam	146	22,00	5,94	6,00	30,00	
STDEHAD	1 yıl	36	23,64	5,77	12,00	30,00	,831
	2 yıl	26	22,50	5,91	6,00	30,00	
	3 yıl	27	22,85	5,68	10,00	30,00	
	4 yıl	19	24,16	5,29	10,00	30,00	
	5 yıl	38	23,79	5,72	9,00	30,00	
	Toplam	146	23,40	5,66	6,00	30,00	
TOPLAM	1 yıl	36	84,03	23,88	41,00	115,00	,558
	2 yıl	26	77,77	23,41	24,00	115,00	
	3 yıl	27	81,63	19,78	43,00	115,00	
	4 yıl	19	77,95	20,67	40,00	115,00	
	5 yıl	38	86,03	23,60	38,00	115,00	
	Toplam	146	82,20	22,54	24,00	115,00	

Tek yönlü varyans analiz testi sonucuna göre, sağlık turizmi desteklerini yeterli bulanların genel toplam sağlık turizmi destekleri farkındalık düzeyleri; sağlık turizmi desteklerine yönelik bilgi, destek başvuru süreci, desteklerden haberdar olma düzeyleri ile desteklerinin etkileri hakkında algı düzeyleri alt boyutları sağlık turizmi desteklerini yeterli bulmayanlara göre istatistiksel olarak anlamlı şekilde daha yüksektir ($p<0,05$). Diğer taraftan sağlık turizmi destek başvuru sürecine yönelik bilgi düzeyleri arasında ise gruplar arası ortalamalar birbirine yakın ve istatistiksel olarak anlamlı fark bulunmamaktadır ($p>0,05$) (Tablo 4.17.).

Tablo 4.17. Kurumun sağlık turizmi desteklerini yeterli bulup bulmama durumuna göre, sağlık turizmi destekleri farkındalık düzeyi ve alt boyut düzey ortalama puan karşılaştırmalarına ilişkin varyans analiz sonuçları

	Sağlık turizmi desteklerini yeterli bulma	N	Ortalama	SS	Min.	Max.	p
STDYBD	Evet	196	12,17	4,75	4,00	20,00	,000
	Hayır	112	10,30	4,96	4,00	20,00	
	Kararsızım	29	6,93	3,15	4,00	17,00	
	Toplam	337	11,10	4,94	4,00	20,00	
STDBSYBD	Evet	196	17,15	10,05	7,00	35,00	,000

	Hayır	112	16,30	9,76	7,00	35,00	
	Kararsızım	29	10,03	7,62	7,00	33,00	
	Toplam	337	16,26	9,94	7,00	35,00	
STDHOD	Evet	196	18,47	7,02	6,00	30,00	,000
	Hayır	112	15,69	7,52	6,00	30,00	
	Kararsızım	29	8,86	6,51	6,00	26,00	
	Toplam	337	16,72	7,63	6,00	30,00	
STDEHAD	Evet	196	21,13	6,31	6,00	30,00	,000
	Hayır	112	17,51	7,64	6,00	30,00	
	Kararsızım	29	9,28	6,98	6,00	28,00	
	Toplam	337	18,91	7,61	6,00	30,00	

T-testi sonucunda elde edilen bulgulara göre, sağlık turizmi desteklerinden faydalanan kurumların, destek başvuru sürecinde danışmanlık hizmeti alma durumuna göre danışmanlık hizmeti almayıp bu süreci kendi yöneten kurumların sağlık turizmi destekleri farkındalık düzeyleri danışmanlık hizmeti alan kurumlara göre daha yüksektir. Destek başvuru sürecinde danışmanlık hizmeti almayan kurumların sağlık turizmi destek başvuru sürecine yönelik bilgi düzeyi alt boyutu danışmanlık hizmeti alan kurumlara göre istatistiksel olarak anlamlı şekilde daha yüksektir ($p<0,05$) (Tablo 4.18.).

Tablo 4.18. Kurumların destek başvuru sürecinde danışmanlık hizmeti alma durumuna göre, sağlık turizmi destekleri farkındalık düzeyi ve alt boyut düzey ortalama puan karşılaştırmalarına ilişkin t-testi sonuçları

	Kurumların destek başvuru sürecinde danışmanlık hizmeti alma durumu	N	Ortalama	SS	p
STDYBD	Evet	78	13,44	4,48	,111
	Hayır	68	14,60	4,27	
STDBSYBD	Evet	78	19,82	9,88	,000
	Hayır	68	26,26	7,81	
STDHOD	Evet	78	21,19	5,92	,078
	Hayır	68	22,93	5,87	
STDEHAD	Evet	78	23,27	5,15	,771
	Hayır	68	23,54	6,23	
TOPLAM	Evet	78	77,72	21,35	,010
	Hayır	68	87,34	22,93	

T-testi sonucunda elde edilen bulgulara göre, sağlık turizmi desteklerinden faydalanan kurumların, destek başvuru sürecinde sorun yaşama durumuna göre kurumların, genel toplam sağlık turizmi destekleri farkındalık düzeyleri; sağlık turizmi desteklerine yönelik bilgi, desteklerden haberdar olma düzeyleri ile desteklerinin etkileri

hakkında algı düzeyleri alt boyutları arasında istatistiksel olarak anlamlı fark saptanmamıştır ($p>0,05$). Destek başvuru sürecinde sorun yaşayan kurumların sorun yaşamayan kurumlara göre sağlık turizmi destekleri başvuru sürecine yönelik bilgi düzeyi alt boyutu arasında istatistiksel olarak anlamlı şekilde daha yüksektir ($p<0,05$) (Tablo 4.19.).

Tablo 4.19. Kurumların destek başvuru sürecinde sorun yaşama durumuna göre, sağlık turizmi destekleri farkındalık düzeyi ve alt boyut düzey ortalama puan karşılaştırmalarına ilişkin t-testi sonuçları

	Kurumların destek başvuru sürecinde sorun yaşama durumu	N	Ortalama	SS	p
STDYBD	Evet	17	15,59	4,35	,110
	Hayır	129	13,77	4,39	
STDBSYBD	Evet	17	27,88	6,58	,004
	Hayır	129	22,16	9,65	
STDHOD	Evet	17	22,88	6,42	,517
	Hayır	129	21,88	5,89	
STDEHAD	Evet	17	23,94	6,49	,675
	Hayır	129	23,33	5,56	
TOPLAM	Evet	17	90,29	21,39	,116
	Hayır	129	81,13	22,55	

Tek yönlü varyans analiz testi sonucuna göre, sağlık turizmi sektöründe faaliyet gösteren uluslararası sağlık turizmi yetki belgeli sağlık tesisleri ve aracı kurumların sağlık turisti başvuru sayısında son 3 yıldaki ortalama artış oranları değerlendirildiğinde, genel sağlık turizmi destekleri farkındalık düzeyi ile bu farkındalığın alt boyutları olan sağlık turizmi desteklerine yönelik bilgi, sağlık turizmi destekleri başvuru sürecine yönelik bilgi, desteklerden haberdar olma düzeyleri ile desteklerinin etkileri hakkında algı düzeyleri alt boyutları arasında istatistiksel olarak anlamlı fark saptanmamıştır ($p>0,05$) (Tablo 4.20.).

Tablo 4.20. Kurumların sağlık turisti başvuru sayısında son 3 yılda ortalama artış oranı durumuna göre, sağlık turizmi destekleri farkındalık düzeyi ve alt boyut düzey ortalama puan karşılaştırmalarına ilişkin varyans analiz sonuçları

		N	Ortalama	SS	Minimum	Maximum	p
STDYBD	Azaldı	12	9,50	4,98	4,00	20,00	,109
	%5-10	124	11,85	5,24	4,00	20,00	
	%11-20	44	11,70	4,80	4,00	20,00	
	%21-30	41	10,41	5,06	4,00	20,00	
	%31-40	44	9,41	4,61	4,00	20,00	
	%41-50	30	10,87	4,31	5,00	19,00	
	%51-60	23	11,74	4,24	6,00	20,00	

	%61-70	3	13,00	4,36	8,00	16,00	
	%91 ve üzeri	3	7,67	3,51	4,00	11,00	
	Toplam	324	11,10	4,95	4,00	20,00	
STDBSYBD	Azaldı	12	14,00	8,75	7,00	35,00	,336
	%5-10	124	17,27	10,35	7,00	35,00	
	%11-20	44	17,52	10,32	7,00	35,00	
	%21-30	41	16,05	10,14	7,00	35,00	
	%31-40	44	12,91	9,57	7,00	35,00	
	%41-50	30	16,70	9,37	7,00	35,00	
	%51-60	23	16,43	9,09	7,00	35,00	
	%61-70	3	23,00	11,36	10,00	31,00	
	%91 ve üzeri	3	14,00	7,00	7,00	21,00	
	Toplam	324	16,35	10,00	7,00	35,00	
STDHOD	Azaldı	12	15,92	6,71	6,00	30,00	,510
	%5-10	124	17,46	7,99	6,00	30,00	
	%11-20	44	16,95	7,26	6,00	30,00	
	%21-30	41	15,51	8,27	6,00	30,00	
	%31-40	44	14,98	7,72	6,00	30,00	
	%41-50	30	17,40	6,77	6,00	30,00	
	%51-60	23	19,04	5,77	11,00	30,00	
	%61-70	3	16,67	6,66	11,00	24,00	
	%91 ve üzeri	3	14,67	7,57	6,00	20,00	
	Toplam	324	16,82	7,59	6,00	30,00	
STDEHAD	Azaldı	12	17,83	7,26	6,00	30,00	,213
	%5-10	124	19,77	7,78	6,00	30,00	
	%11-20	44	18,43	7,70	6,00	30,00	
	%21-30	41	17,27	7,99	6,00	30,00	
	%31-40	44	18,00	7,41	6,00	30,00	
	%41-50	30	21,03	6,32	6,00	30,00	
	%51-60	23	20,43	6,40	10,00	30,00	
	%61-70	3	21,67	3,21	18,00	24,00	
	%91 ve üzeri	3	12,00	6,00	6,00	18,00	
	Toplam	324	19,07	7,52	6,00	30,00	
TOPLAM	Azaldı	12	57,25	25,20	23,00	115,00	,312
	%5-10	124	66,35	28,65	23,00	115,00	
	%11-20	44	64,61	26,72	23,00	115,00	
	%21-30	41	59,24	28,83	23,00	115,00	
	%31-40	44	55,30	25,80	23,00	115,00	
	%41-50	30	66,00	23,83	25,00	114,00	
	%51-60	23	67,65	21,11	43,00	115,00	
	%61-70	3	74,33	24,01	47,00	92,00	
	%91 ve üzeri	3	48,33	23,03	23,00	68,00	
	Toplam	324	63,34	27,02	23,00	115,00	

Tek yönlü varyans analiz testi sonucuna göre, sağlık turizmi sektöründe faaliyet gösteren uluslararası sağlık turizmi yetki belgeli sağlık tesisleri ve aracı kurumların sağlık turizmi gelirlerinde son 3 yıldaki ortalama artış oranlarına göre sağlık turizmi desteklerine

ilişkin farkındalık düzeyi ve alt boyutlarındaki farklılıklar istatistiksel olarak incelenmiştir (Tablo 4.21.).

Sağlık Turizmi Desteklerine Yönelik Bilgi Düzeyi boyutunda, gruplar arasında anlamlı düzeyde farklılık olduğu tespit edilmiştir ($p = 0,020$). Sağlık Turizmi Destek Başvuru Sürecine Yönelik Bilgi Düzeyi açısından gruplar arasında gözlenen fark anlamlılık düzeyine ulaşmamıştır ($p = 0,095$). Sağlık Turizmi Desteklerinden Haberdar Olma Düzeyi boyutunda elde edilen bulgular, gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğunu göstermektedir ($p = 0,025$). En yüksek ortalama puan "%71-80" grubunda bulunmuştur. Bu durum, bazı kurumların desteklerden haberdar olma düzeyinin, gelir artışına paralel olarak arttığını ortaya koymaktadır. Sağlık Turizmi Desteklerinin Etkilerine İlişkin Algı Düzeyi değişkeni bakımından da gruplar arasında anlamlı bir farklılık olduğu saptanmıştır ($p = 0,003$). Genel Sağlık Turizmi Destekleri Farkındalık Düzeyi açısından değerlendirildiğinde de gruplar arasında anlamlı düzeyde bir fark olduğu belirlenmiştir ($p = 0,011$).

Bu bulgular, sağlık turizmi gelirlerindeki artış ile sağlık turizmi desteklerine ilişkin farkındalık düzeyi arasında doğrusal olmayan bir ilişki olabileceğine işaret etmektedir. Özellikle orta düzeyde artış bildiren kurumların farkındalık düzeylerinin yüksek olması, bu kurumların destek mekanizmalarından daha etkin yararlandıklarını veya farkındalıklarının stratejik planlama süreçlerinde etkili olabileceğini düşündürmektedir.

Tablo 4.21. Kurumların sağlık turizmi gelirlerinde son 3 yılda ortalama artış oranı durumuna göre, sağlık turizmi destekleri farkındalık düzeyi ve alt boyut düzey ortalama puan karşılaştırmalarına ilişkin varyans analiz sonuçları

		N	Mean	Std.	Minimum	Maximum	p
STDYBD	Azaldı	12	9,5000	4,98179	4,00	20,00	,020
	%5-10	118	12,1186	5,19725	4,00	20,00	
	%11-20	52	10,2885	5,07333	4,00	20,00	
	%21-30	34	11,0588	4,95398	4,00	20,00	
	%31-40	48	9,0625	4,36819	4,00	20,00	
	%41-50	26	12,3462	4,20421	5,00	19,00	
	%51-60	16	12,3125	4,43800	6,00	20,00	
	%61-70	9	10,1111	3,01846	6,00	15,00	
	%71-80	2	14,5000	3,53553	12,00	17,00	
	%81-90	3	11,6667	4,04145	8,00	16,00	
	%91 ve üzeri	4	8,5000	5,25991	4,00	16,00	
	Toplam	324	11,1019	4,94604	4,00	20,00	

STDBSYBD	Azaldı	12	14,0000	8,74903	7,00	35,00	,095
	%5-10	118	17,5085	10,38963	7,00	35,00	
	%11-20	52	15,3269	9,91082	7,00	35,00	
	%21-30	34	18,5294	10,59513	7,00	35,00	
	%31-40	48	12,0625	8,74316	7,00	35,00	
	%41-50	26	18,8077	9,55832	7,00	35,00	
	%51-60	16	18,1875	10,23210	7,00	35,00	
	%61-70	9	13,8889	7,16667	7,00	31,00	
	%71-80	2	16,0000	12,72792	7,00	25,00	
	%81-90	3	18,6667	10,69268	7,00	28,00	
	%91 ve üzeri	4	15,7500	8,80814	7,00	28,00	
	Toplam	324	16,3457	9,99586	7,00	35,00	
STDHOD	Azaldı	12	15,9167	6,70764	6,00	30,00	,025
	%5-10	118	17,6695	7,99578	6,00	30,00	
	%11-20	52	15,0385	7,68488	6,00	30,00	
	%21-30	34	17,3529	7,81561	6,00	30,00	
	%31-40	48	13,9792	7,39318	6,00	30,00	
	%41-50	26	19,3462	6,39964	6,00	30,00	
	%51-60	16	20,6875	5,35062	12,00	30,00	
	%61-70	9	15,2222	3,99305	11,00	23,00	
	%71-80	2	22,5000	2,12132	21,00	24,00	
	%81-90	3	18,0000	6,00000	12,00	24,00	
	%91 ve üzeri	4	15,5000	8,06226	6,00	24,00	
	Toplam	324	16,8241	7,58542	6,00	30,00	
STDEHAD	Azaldı	12	17,8333	7,25927	6,00	30,00	,003
	%5-10	118	20,0593	7,75180	6,00	30,00	
	%11-20	52	16,3269	7,99932	6,00	30,00	
	%21-30	34	20,5882	6,77839	6,00	30,00	
	%31-40	48	16,4167	7,64876	6,00	30,00	
	%41-50	26	22,2692	5,18889	10,00	30,00	
	%51-60	16	21,6250	5,84095	11,00	30,00	
	%61-70	9	19,8889	5,10990	12,00	24,00	
	%71-80	2	24,0000	,00000	24,00	24,00	
	%81-90	3	18,3333	5,50757	13,00	24,00	
	%91 ve üzeri	4	13,5000	7,54983	6,00	24,00	
	Toplam	324	19,0710	7,51827	6,00	30,00	
TOPLAM	Azaldı	12	57,2500	25,20146	23,00	115,00	,011
	%5-10	118	67,3559	28,46846	23,00	115,00	
	%11-20	52	56,9808	27,76617	23,00	115,00	
	%21-30	34	67,5294	27,64629	23,00	115,00	
	%31-40	48	51,5208	24,50878	23,00	115,00	
	%41-50	26	72,7692	22,18523	36,00	114,00	

%51-60	16	72,8125	21,29544	46,00	115,00
%61-70	9	59,1111	14,37397	46,00	84,00
%71-80	2	77,0000	14,14214	67,00	87,00
%81-90	3	66,6667	26,02563	40,00	92,00
%91 ve üzeri	4	53,2500	28,88339	23,00	92,00
Toplam	324	63,3426	27,02338	23,00	115,00

Çalışma kapsamında uygulanan sağlık turizmi destekleri farkındalık düzeyi ve alt boyutları arasındaki ilişkinin tespit edilmesi amacıyla Pearson korelasyon analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda; Sağlık Turizmi Desteklerine Yönelik Bilgi Düzeyi ile Sağlık Turizmi Destek Başvuru Sürecine Yönelik Bilgi Düzeyi alt boyutu arasında %82,3 pozitif yönlü ($r: 0,823$; $p<0,05$), Sağlık Turizmi Desteklerine Yönelik Bilgi Düzeyi ile Sağlık Turizmi Desteklerden Haberdar Olma Düzeyi alt boyutu arasında %80,2 pozitif yönlü ($r:0,802$ $p<0,05$), Sağlık Turizmi Desteklerden Haberdar Olma Düzeyi ile Sağlık Turizmi Destek Başvuru Sürecine Yönelik Bilgi Düzeyi arasında %79,2 pozitif yönlü ($r:0,792$ $p<0,05$), ilişki tespit edilmiştir (Tablo 4.22.).

Tablo 4.22. Sağlık turizmi destekleri farkındalık düzeyi ve alt boyutları arasındaki ilişkinin tespitine yönelik korelasyon analizi

		TOPLAM	STDYBD	STDBSYBD	STDHOD	STDEHAD
TOPLAM	r	1	,892**	,905**	,952**	,851**
	p		,000	,000	,000	,000
STDYBD	r		1	,823**	,802**	,653**
	p			,000	,000	,000
STDBSYBD	r			1	,792**	,591**
	p				,000	,000
STDHOD	r				1	,835**
	p					,000
STDEHAD	r					1
	p					

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tablo 4.23, çalışma kapsamında sağlık turizmi desteklerine yönelik farkındalık düzeyini etkileyen faktörlere ilişkin test edilen 12 hipotezin karar durumlarını özetlemektedir. Yapılan istatistiksel analizler sonucunda, 12 hipotezden 9'u kabul edilirken, 3'ü reddedilmiştir. Bu durum, kurum türü, desteklerden yararlanma durumu, danışmanlık hizmeti alma ve destek yeterliliğine ilişkin algı gibi faktörlerin farkındalık düzeyi üzerinde anlamlı etkiler yarattığını göstermektedir.

Tablo 4.23. Araştırmanın hipotez ve sonuçları

Hipotez	Karar
H1: Sağlık turizmi sektöründe faaliyet gösteren kurumların, sağlık turizmi desteklerine yönelik farkındalık düzeyleri kurum türüne (sağlık tesisi, aracı kuruluş, iş birliği kuruluşu) göre anlamlı farklılık göstermektedir.	Kabul
H2: Sağlık tesislerinin (hastane, tıp merkezi, poliklinik, muayenehane gibi), sağlık turizmi destekleri farkındalık düzeyleri; sağlık turizmi desteklerine yönelik bilgi, destek başvuru süreci, desteklerden haberdar olma düzeyleri ile desteklerinin etkileri hakkında algı düzeyleri yetkilendirilmiş aracı kuruluş ve yetkilendirilmiş sağlık tesislerine göre istatistiksel olarak anlamlı şekilde farklılık göstermektedir.	Red
H3: Aracı kuruluşlarının, sağlık turizmi destekleri farkındalık düzeyleri; sağlık turizmi desteklerine yönelik bilgi, destek başvuru süreci, desteklerden haberdar olma düzeyleri ile desteklerinin etkileri hakkında algı düzeyleri yetkilendirilmiş aracı kuruluş ve yetkilendirilmiş sağlık tesislerine göre istatistiksel olarak anlamlı şekilde farklılık göstermektedir.	Red
H4: İşbirliği kuruluşlarının, sağlık turizmi destekleri farkındalık düzeyleri; sağlık turizmi desteklerine yönelik bilgi, destek başvuru süreci, desteklerden haberdar olma düzeyleri ile desteklerinin etkileri hakkında algı düzeyleri yetkilendirilmiş aracı kuruluş ve yetkilendirilmiş sağlık tesislerine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir.	Kabul
H5: Sağlık turizmi desteklerinden faydalanan kurumların faydalanmayan kurumlara göre sağlık turizmi desteklerine yönelik farkındalık düzeyleri anlamlı farklılık göstermektedir.	Kabul
H6: Sağlık turizmi desteklerinden yararlanan kurumların desteklere yönelik bilgi düzeyi, başvuru süreci bilgisi, haberdarlık düzeyi ve algı düzeyi, desteklerden yararlanmayan kurumlara göre anlamlı farklılık göstermektedir.	Kabul
H7: Sağlık turizmi destekleri başvuru sürecinde danışmanlık hizmeti alan kurumların sağlık turizmi desteklerine yönelik farkındalık düzeyleri anlamlı farklılık göstermektedir.	Kabul
H8: Sağlık turizmi destekleri başvuru sürecinde danışmanlık hizmeti alan kurumların başvuru süreci bilgi düzeyi, danışmanlık hizmeti almayan kurumlara göre anlamlı olarak farklılık göstermektedir.	Kabul
H9: Sağlık turizmi destekleri başvuru sürecinde sorun yaşayan kurumların başvuru süreci bilgi düzeyi, sorun yaşamayan kurumlara göre anlamlı olarak farklılık göstermektedir.	Kabul
H10: Sağlık turizmi desteklerini yeterli bulan kurumların desteklere yönelik bilgi düzeyi, başvuru süreci bilgisi, haberdarlık düzeyi ve algı düzeyleri, destekleri yeterli bulmayan ve kararsız olan kurumlara göre anlamlı farklılık göstermektedir.	Kabul
H11: Sağlık turisti başvuru sayısında son 3 yıldaki ortalama artış oranına göre, sağlık turizmi destekleri farkındalık düzeyi ve alt boyutlarında anlamlı olarak farklılık göstermektedir.	Red
H12: Sağlık turizmi gelirlerinde son 3 yıldaki ortalama artış oranına göre, sağlık turizmi desteklerine yönelik farkındalık düzeyleri anlamlı farklılık göstermektedir.	Kabul

5. TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

Sağlık turizmi, artan ivmeyle hızla büyüyen, ülkeler için ekonomik, sosyal ve stratejik bir öneme sahip olan ve devlet politikası haline gelen hizmet sektörlerinden biridir (Tengilimoğlu, 2020). Türkiye'de sağlık turizmi destek sistemlerinin yasal dayanaklarından biri olan 5448 sayılı karar çerçevesinde, teşviklerin kapsamı ve erişilebilirliği sağlık turizmi politikalarının başarısı için önemli rol oynamaktadır (Ticaret Bakanlığı, 2025). Türkiye'de bu sektörün büyümesi ve sürdürülebilirliğinin sağlanması, uluslararası rekabet gücünün artırılması, sağlık turizmi alanında faaliyet gösteren kurumların sektörel desteklere ilişkin farkındalık düzeyleri önem arz etmektedir. Bu bağlamda, çalışmamızda Türkiye genelinde uluslararası sağlık turizmi yetki belgesi ile yetkilendirilmiş sağlık tesisleri ve aracı kuruluşlar ile iş birliği kuruluşlarının, sağlık turizmi desteklerine ilişkin farkındalık düzeyleri değerlendirilmiştir. Bu çalışma, Türkiye'de sağlık turizmi desteklerine yönelik kurumsal farkındalık düzeyini ölçen ve bunu istatistiksel analizlerle detaylandıran nadir çalışmalardan biridir. Bu yönüyle hem literatüre hem de sektöre önemli katkılar sunmaktadır.

Çalışmaya katılan 337 kurumun %75,4'ü yetkilendirilmiş sağlık tesisleri olup, %93,3'ünü özel sektör sağlık tesisleri oluşturmaktadır. Bu dağılım, sağlık turizmi faaliyetlerinin büyük ölçüde özel sektör eliyle yürütüldüğünü göstermektedir ve bu kurumların neredeyse yarısı 2020-2024 yılları arasında faaliyete başlamıştır. Özellikle sektöre yeni giriş yapan kurumların %47,5 oranında olması, destek mekanizmalarıyla ilgili rehberlik ve eğitim hizmetlerine duyulan ihtiyacı artırmaktadır. Bu durum, sektöre yeni giriş yapan kurumların sayısında artış olduğunu ve dolayısıyla sağlık turizmi desteklerine yönelik bilgi ve uygulama ihtiyacının arttığını ortaya koymaktadır.

Araştırma bulgularına göre, son üç yılda sağlık turisti başvuru sayıları, gelirler ve sağlık turizmi kapsamında yapılan harcamaların sağlık turizmi gelirlerindeki artışa olan etkisi genel olarak artış eğilimi mevcuttur. TÜİK (2025), verilerine göre, sağlık turizmi kapsamında ülkemizi ziyaret eden kişi sayısındaki ve elde edilen gelirlerdeki artış, verilen desteklerin etkisini ve sektörün büyüme potansiyelini ortaya koymaktadır. Ancak bu çalışmada, artış oranlarının genellikle %5–10 aralığında yoğunlaşması, desteklerin yeterliliği ve kurumların uygulama kapasitesi konusunda sorgulama gerekliliğini ortaya koymaktadır. Sağlık turizmi sektöründe faaliyet gösteren kurumların en çok hizmet verdikleri ülkelere bakıldığında %74,8 Almanya, %37,4 Gürcistan, %34,7 Azerbaycan,

%35,9 İngiltere ve %27 Rusya Federasyonun ön plana çıktığı mevcut tez çalışması kapsamında tespit edilmiştir. Bu dağılım, hizmetlerin hem Avrupa hem de komşu coğrafyalara yoğunlaştığını göstermektedir. Katılımcı kurumların yalnızca %43,3'ü sağlık turizmi desteklerinden yararlandığını belirtmiştir. En çok yararlanılan destek kaleminin reklam, tanıtım ve pazarlama %27,8 olduğu görülmekte olup, bu durum kurumların uluslararası görünürlüklerini artırmaya yönelik çabalarının öne çıktığını göstermektedir. Destekten faydalanan kurumlar içinde %33,3'ü bir yıldır, %25'i üç yıldır sağlık turizmi desteklerinden faydalandığı tespit edilmiştir. Kurumların son bir yıl içinde sağlık turizmi desteklerine başvuru sıklığı %31,5'i bir kez, %29,5'inin beş ve üzeri olduğu tespit edilmiştir. Bu bulgular, sağlık turizmi destek mekanizmalarının sektörde henüz yaygın ve sürekli bir kullanım alanı bulamadığını, birçok kurumun desteklerden ya hiç faydalanmadığını ya da sınırlı düzeyde faydalandığını göstermektedir. Mevcut tez çalışmasında katılımcıların %53,4'ü destek başvuru süreci için danışmanlık hizmeti aldığını ifade etmiştir. Katılımcıların %58,2'si destekleri yeterli bulduğunu ifade etmiştir. Destek programlarının etkililiği ve uygulanabilirliği konusunda da katılımcılar çeşitli sorunlara işaret etmektedir. Çünkü kurum temsilcilerinin yarısından fazlası destekleri genel olarak yeterli bulduğunu ifade etse de, %33,2'lik önemli bir kesim mevcut destekleri yetersiz bulmaktadır. Ancak desteklerin kapsamı, miktarı ve zamanlaması konusundaki memnuniyetsizlik, bu alanlardaki uygulamaların geliştirilmesine duyulan ihtiyacı vurgulamaktadır. Katılımcılar, özellikle destek başvurularındaki prosedürel yüklerin azaltılmasını, bilgilendirme faaliyetlerinin artırılmasını ve başvuru süreçlerinin kolaylaştırılmasını talep etmektedir. Nitekim destek başvuru sürecinde sorun yaşadığını belirtenlerin oranı da %11,6 olarak tespit edilmiştir. Açık uçlu yanıtlar, destek süreçlerinde karşılaşılan güçlüklerin ayrıntılarını ortaya koymaktadır. Katılımcılar özellikle başvuru süreçlerinin karmaşık ve bürokratik olduğunu, geri ödeme sürecinin uzun sürdüğünü, mevzuattaki değişikliklerin belirsizlik yarattığını ve yeterli bilgilendirme yapılmadığını vurgulamışlardır. Ayrıca destek kapsamının dar olması, reklam ve tanıtım yönetmeliklerindeki kısıtlılıklar, konaklama ve ulaşım desteklerinin yetersizliği ile danışmanlık hizmeti desteği eksikliği sıkça dile getirilen sorunlar arasındadır. Kurum temsilcileri tarafından iletilen talepler doğrultusunda, özellikle yeni kurulan ve küçük ölçekli kurumlar için özel danışmanlık ve yönlendirme programlarının geliştirilmesi önerilmektedir. Özellikle muayenehane gibi küçük ölçekli kurumlar için teşviklerden yararlanmanın daha zor olduğu, bu nedenle kurumsal kapasitesi sınırlı

işletmelerin mevcut destek mekanizmalarından yeterince faydalanamadığı anlaşılmaktadır.

Bu bulguların genel bir değerlendirmesi, sağlık turizmi alanında bilgi eksiklikleri ve kurumsal farkındalık düzeyindeki yetersizliklerin altını çizmektedir. Kurum temsilcilerinin desteklere ilişkin bilgi düzeylerinin farklılık göstermesi, bazı kurumların desteklerden haberdar olmaması veya prosedürleri bilmemesi nedeniyle bu imkanları kullanamadığını düşündürmektedir. Desteklerden henüz hiç yararlanmadıklarını, bunun da bilgi eksikliği veya başvuru süreçlerinin zorluğundan kaynaklandığını belirtmiştir (örneğin, “Yeterli bilgi sahibi olmadığımız için desteklerden faydalanmıyoruz” ifadesi). Bu durum, sağlık turizmi desteklerinin varlığının tek başına yeterli olmadığını, desteklerin etkin kullanımını engelleyen faktörlerin giderilmesi gerektiğini göstermektedir. Sonuç olarak, araştırma bulguları sağlık turizmi desteklerine yönelik farkındalığı artırmanın ve destek mekanizmalarını erişilebilir, anlaşılır ve hızlı hale getirmenin sektörel gelişim için önemli olduğunu ortaya koymaktadır.

Mevcut tez çalışması bulguları, sağlık turizmi sektöründe faaliyet gösteren kurumların sağlık turizmi desteklerine yönelik farkındalık düzeylerinin genel olarak orta seviyede olduğunu göstermektedir. Katılımcıların Sağlık Turizmi Destekleri Farkındalık Düzeyi (STDFD) puanları 23,00 ile 115,00 arasında değişmekte olup, ortalama puan $62,99 \pm 27,14$ olarak hesaplanmıştır. Bu durum, destek mekanizmalarına ilişkin bilgi düzeylerinin homojen olmadığını ve kurumlar arasında önemli farklılıklar bulunduğunu ortaya koymaktadır.

Alt boyut analizleri incelendiğinde; sağlık turizmi desteklerine yönelik bilgi düzeyi (STDYBD) ortalama puanı 11,10 olup, 9,33–14,65 aralığında yer almakta ve bu durum orta düzey bilgi düzeyine işaret etmektedir. Sağlık turizmi destek başvuru sürecine yönelik bilgi düzeyi (STDBSYBD) alt boyutunda ortalama puan 16,26 bulunmuş olup, 7,00–16,32 aralığında yer alması sebebiyle katılımcıların bu alanda düşük düzeyde bilgiye sahip oldukları belirlenmiştir. Sağlık turizmi desteklerinden haberdar olma düzeyi (STDHOD) ortalama puanı 16,72 olup, 14,01–22,00 aralığında bulunarak orta düzeyde haberdarlık düzeyine işaret etmektedir. Sağlık turizmi desteklerinin etkileri hakkında algı düzeyi (STDEHAD) ortalama puanı ise 18,91 olarak bulunmuş ve bu puan da orta düzey algıyı ifade etmektedir. STDHOD düzeyinin 16,72 gibi orta seviye bir değerde olması, desteklerin tanıtımı ve duyurulmasında hâlen eksiklikler olduğunu göstermektedir.

Önemli bir bulgu olarak, işbirliği kuruluşlarının desteklere ilişkin genel farkındalık düzeyleri, destek başvuru süreci bilgileri, desteklerden haberdar olma

düzeyleri ve desteklerin etkilerine yönelik algı düzeyleri, yetkilendirilmiş aracı kuruluşlar ve sağlık tesislerine kıyasla istatistiksel olarak anlamlı şekilde daha yüksek bulunmuştur ($p<0,05$). Bu durum, iş birliği kuruluşlarının sektörel koordinasyon ve rehberlik işlevi sayesinde destek mekanizmalarına daha aşina olduklarını göstermektedir. Desteklerden aktif şekilde yararlanan kurumlarda da bilgi düzeyi ve algı puanlarının yüksek olması, deneyimle öğrenmenin etkisini desteklemektedir.

Diğer taraftan, danışmanlık hizmeti alan kurumlarda destek başvuru sürecine yönelik bilgi düzeylerinin daha düşük olması, bu sürecin dış kaynaklara devredilmesiyle içsel bilgi birikiminin zayıflamasına neden olabileceğini düşündürmektedir. Destekleri yeterli bulanlarla yetersiz bulanlar arasında farkındalık düzeyi alt boyutları bakımından anlamlı farklar bulunması da memnuniyetin bilgi, deneyim ve algı düzeyiyle doğrudan ilişkili olduğunu ortaya koymaktadır.

Sağlık turizmi gelirlerindeki artış oranlarına göre kurumların sağlık turizmi desteklerine ilişkin farkındalık düzeylerinde bazı anlamlı farklılıklar olduğunu ortaya koymuştur. Özellikle desteklere yönelik bilgi düzeyi, desteklerden haberdar olma ve desteklerin etkilerine ilişkin algı düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Bu durum, bazı kurumların destek sistemlerine daha aşina olduğunu ve bu farkındalığı stratejik biçimde kullandığını göstermektedir. Özellikle "%71–80" gelir artışına sahip kurumların birçok boyutta yüksek ortalamalara sahip olması, bu gruptaki kurumların destekleri daha etkin kullandığını düşündürmektedir.

Literatür incelendiğinde, Türkiye'de sağlık turizmi farkındalığı üzerine gerçekleştirilen çalışmalarda genel olarak farkındalık düzeyinin orta seviyede olduğu tespit edilmektedir. Bu durum, farklı örneklem gruplarında da benzer şekilde ortaya çıkmıştır. Erdem (2022), Öztürk ve arkadaşları (2023), Mert (2025), Metli (2024), Uçan (2024), Yaba (2022) ve Gül (2023) çalışmalarında; farkındalık seviyeleri genel olarak "orta" olarak raporlanmış, sağlık turizmi ile doğrudan ilişkisi olan sağlık çalışanları ve halkın bu alandaki bilgileri sınırlı fakat gelişime açık olarak değerlendirilmiştir. Aba ve arkadaşlarının (2019) çalışmasında, sağlık çalışanlarının medikal turizme ilişkin genel olarak olumlu bir bakış açısına sahip olduklarını ortaya koymaktadır. Bu bulgular, Türkiye'nin sağlık turizmi hedeflerine ulaşma yolunda daha fazla kurumsal bilinçlendirme çalışmasına ihtiyaç duyduğunu ortaya koymaktadır.

Buna karşın bazı çalışmalarda daha düşük ya da değişken farkındalık düzeyleri tespit edilmiştir. Erenoğlu Aksoy (2023) tarafından otel ve seyahat acentesi temsilcileriyle yapılan nitel çalışmada, bilgi eksikliği ve kurumlar arası koordinasyon

problemleri öne çıkan sorunlar arasında yer almıştır. Benzer şekilde, Şimşek (2024) çalışmasında profesyonel turist rehberlerinin sağlık turizmi kavramına dair tanımsal karmaşa yaşadığı ve türlerine ilişkin bilgi eksikliğinin yüksek olduğu ifade edilmiştir. Bu durum, sağlık turizmi ile doğrudan hizmet sunmayan ancak önemli paydaş gruplar arasında yer alan aktörlerin bu alanda bilgilendirme ve uzmanlaşma desteğine ihtiyaç duyduğunu göstermektedir.

Farkındalık düzeyini etkileyen değişkenler incelendiğinde yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi, görev pozisyonu, gelir durumu ve görev yapılan birim gibi değişkenlerin sıklıkla anlamlı farklılıklar yarattığı gözlemlenmiştir. Örneğin Çabuk (2023) ve Dağlı (2021) çalışmalarında erkek katılımcıların farkındalık düzeyinin daha yüksek olduğu, turizm eğitimi alan öğrencilerin farkındalıklarının tıp fakültesi öğrencilerine kıyasla daha fazla olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç, sağlık turizminin yalnızca sağlık sektörüne değil, turizm sektörünün eğitimsel alt yapısına da entegre edilmesi gerekliliğini ortaya koymaktadır.

Diğer taraftan, bazı çalışmalarda (Uçan, 2024; Gül, 2023) mesleki kıdem ve gelir düzeyi gibi sosyoekonomik değişkenlerin farkındalığı etkilediği belirlenmiştir. Özellikle mesleğe yeni başlayan sağlık çalışanlarının veya daha düşük gelir grubunda yer alan katılımcıların farkındalık düzeylerinin yüksek olması, bu kişilerin sağlık turizmi alanına yönelik daha açık ve öğrenmeye istekli bir profil sergilediğini düşündürmektedir.

Zıtlık gösteren yönlerden biri ise, bazı örneklerde yaş ve deneyim arttıkça farkındalığın artması (Erdem, 2022; Erdoğan, 2018) iken, bazı çalışmalarda genç ve yeni mezun bireylerin daha yüksek farkındalık düzeyinde olmasıdır (Uçan, 2024). Bu farklılıklar, kurum içi eğitim ve sektörel deneyimlerin yanı sıra, bireysel ilgi ve dış etkenlerin (örneğin sosyal medya, kişisel gelişim faaliyetleri) de etkili olabileceğini göstermektedir.

Mevcut tez çalışmasında sağlık turizminde faaliyet gösteren kurumların kurum türüne göre sağlık turizmi destekleri farkındalık düzeyleri farklılık göstermektedir. Literatürde de benzer bulgulara rastlanmaktadır. Örneğin, Altıparmak ve Soysal (2024) tarafından yapılan bir çalışmada, üniversite hastanelerinde çalışan sağlık personelinin sağlık turizmi farkındalık düzeylerinin, kamu ve özel hastanelerde çalışanlara kıyasla daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bu durum, kurum türüne göre bilgi ve erişim farklılıklarının varlığını desteklemektedir. Eriş ve Kemer (2020) Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ndeki kamu hastanelerinde yaptıkları çalışmada medikal turizm farkındalığının genel olarak düşük olduğunu belirtmiştir. Çelik Kızıldağ'ın (2018) Ankara'da yaptıkları

araştırmada sağlık yöneticileri ve hekim dışı sağlık personelinin medikal turizm konusundaki farkındalıklarını incelemiştir. Kurum statüsü değişkeni ile medikal turizm farkındalığı arasında anlamlı bir farklılık tespit etmiştir. Özel hastanelerde çalışan katılımcıların puan ortalamalarının, kamu hastanelerinde çalışan katılımcıların puan ortalamalarından anlamlı düzeyde yüksek olduğunu ifade etmiştir. Arkın ve Salha (2023) özel sektörde çalışanların sağlık turizminin sorunlarına yönelik algılarının daha yüksek olduğunu tespit etmiştir. Dökme ve arkadaşlarının (2018) Adana'da iki özel hastanede gerçekleştirdikleri çalışmada, sağlık çalışanlarının medikal turizm konusundaki bilgi düzeylerinin yeterli olduğu ifade etmiştir. Bu bulgular, sağlık turizmi alanında insan kaynağının konuya ilişkin bilgi ve bilinç düzeyinde eksiklikler olabileceğini göstermektedir. Ancak bu çalışmalar daha çok bireysel sağlık turizmi farkındalığına odaklanmaktadır. Bununla birlikte literatürdeki bu çalışmalar sağlık çalışanlarının farkındalığına odaklanmıştır. Kurumların sağlık turizmi devlet destekleri konusunda farkındalık düzeylerini inceleyen bir çalışmaya rastlanmamıştır. Dolayısıyla, mevcut araştırma bu açıdan literatürdeki boşluğu doldurmaya yönelik önemli bir katkı ve ileride yapılacak çalışmalara yön verecek temel bulgular sunmaktadır.

Araştırmamızdaki bulgular, literatürde belirtilen genel eğilimlerle büyük ölçüde uyumludur. Katılımcı kurumların önemli bir kısmında sağlık turizmi destekleri farkındalık düzeyi yeterli değildir, bu da literatürde sağlık turizmi paydaşlarının konuya hakimiyetinin sınırlı olduğunu gösteren çalışmalarla paralellik göstermektedir. Akbolat & Deniz (2017) yaptıkları çalışmada, medikal turizm uygulamalarına dair; eğitim eksikliği, yabancı dil sorunu ve bürokrasinin yavaş işlemesi gibi faktörlerin sektörün gelişimini engellediğini vurgulamıştır.

Genel olarak değerlendirildiğinde, sağlık turizmine ilişkin farkındalık düzeyleri farklı kurumlar, sektörler ve illerde çeşitlilik göstermektedir. Kurumsal yapıların, eğitsel desteklerin, mesleki formasyonların ve bölgesel sağlık turizmi politikalarının farkındalık düzeyini etkileyen başlıca unsurlar olduğu söylenebilir. Bu bağlamda, sadece sağlık çalışanları değil; turizm sektörü temsilcileri, aracı kuruluşlar ve rehberlerin de bu alandaki tüm ilgili paydaşların bilgi düzeyinin artırılması stratejik önem taşımaktadır.

Mevcut çalışmadaki katılımcılar, sağlık turizmi destek mekanizmalarının yeterliliği ve uygulanabilirliği konusunda bazı sorunlara işaret etmektedir. Katılımcılar, özellikle destek başvuru süreçlerinin karmaşık prosedürler, bürokratik engeller, geri ödeme süreçlerinin uzun sürdüğünü, mevzuatın sık değiştiğini, yeterli bilgilendirmenin yapılmadığını ve desteğin kapsamının sınırlı kaldığını belirtmişlerdir. Ayrıca, reklam ve

tanıtım yönetmeliklerinde yaşanan belirsizlikler, konaklama ve ulaşım desteklerinin yetersizliği, danışmanlık hizmeti desteği eksikliği ve küçük ölçekli kurumların teşviklerden yeterince faydalanamaması sıkça dile getirilen sorunlar arasındadır. Bu çalışma literatürde belirtilen engellere paralellik göstermektedir. Ayrıca, araştırmamızda kurumların sadece %43 oranında desteklerden yararlandığının belirlenmesi de dikkat çekicidir. Kamu destek programlarının kullanımına ilişkin genel politika literatürü, farkındalık eksikliğinin desteklerin kullanım oranını düşürdüğünü ve programların etkinliğini zayıflatabildiğini ortaya koymaktadır (Torres, Clegg & Varum, 2016). Bu bağlamda, bizim bulgumuz olan düşük düzeyde destek kullanımı, destek programlarına dair farkındalık ve kullanım arasındaki kopukluğa işaret eden çalışmalarla tutarlıdır.

Ayrıca, kurum temsilcilerinin desteklere ilişkin önerileri, özellikle daha sadeleştirilmiş başvuru süreçleri, daha yüksek destek oranları, daha hızlı ödeme sistemleri, yeni kurulan kurumlara özel eğitim ve danışmanlık programları ile ilgili yönetsel düzenlemelere ihtiyaç duyulduğunu açıkça göstermektedir. Tanıtım faaliyetlerine ilişkin desteklerde sınırların belirsizliği (örneğin sağlıkta reklam yönetmeliği) ve uygulamalardaki bölgesel/kurumsal farklılıklar da uygulama alanında standartlaşma ihtiyacına işaret etmektedir.

Mevcut çalışma, desteklere ilişkin farkındalığın kurum türü, deneyim yılı ve performans gibi değişkenlerle ilişkisinin istatistiksel olarak anlamlı olduğunu ortaya koyarak, farkındalık düzeyinin yalnızca bilgiyle değil, deneyimle de şekillendiğini göstermiştir.

Bu bağlamda, desteklerin varlığı kadar erişilebilirliği, anlaşılabilirliği ve kullanım kolaylığı da sektörün gelişimi açısından kritik öneme sahiptir. Destek süreçlerine yönelik bilgi eksikliği, danışmanlık ihtiyacı ve sürecin karmaşıklığı, desteklerin daha fazla ve daha etkin kullanımının önündeki başlıca engeller arasında yer almaktadır.

Bu bulgular doğrultusunda, sağlık turizmi desteklerinin sadece verilmesi değil, etkili bir şekilde kullanılmasını sağlayacak kurumsal kapasite geliştirme uygulamaları da öncelikli hale gelmelidir.

Özellikle sağlık turizmi sektör paydaşları arasında iletişim ve iş birliklerinin güçlendirilmesi, hizmet kalitesini doğrudan etkileyen nitelikli insan kaynağının yetiştirilmesi ve geliştirilmesi, uluslararası sağlık turisti memnuniyetinin yükseltilmesi için yabancı dil ve sağlık turizmi eğitimi veren yetkili kurumların ve bu desteklerden faydalanan kurum sayısının daha fazla artması gerektiği düşünülmektedir. Bölgesel tanıtım stratejileri ve dijital çözümler, farkındalık düzeyini artırmaya katkı sağlayacaktır.

Dijital uygulamalar, sağlık turizmi hizmetlerinde zaman ve maliyet avantajı sağlamının yanı sıra uluslararası hasta çekiminde dijital pazarlama stratejileri kilit rol oynamaktadır (Altınbaş, 2024, Demir & Aydın Kılınç, 2024; Önal & Çiftçi, 2024). Bu doğrultuda, kamu otoriteleri ve sektörel iş birliği kuruluşları, dijital pazarlama alanında kurumlara yol gösterecek rehberlik hizmetleri sunabileceği düşünülmektedir.

Mevcut tez çalışmasında, Türkiye genelinde uluslararası sağlık turizmi yetki belgesine sahip sağlık tesisleri, aracı kuruluşlar ve iş birliği kuruluşlarının sağlık turizmi desteklerine ilişkin farkındalık düzeylerini değerlendirmekte ve kurumsal yaklaşımlar açısından bütüncül bir bakış sunmaktadır. Literatürde de belirtildiği gibi, sağlık turizminin gelişiminde ulusal düzeyde uygulanan teşvik politikaları ve devlet destekleri önemli bir etkiye sahiptir (Tengilimoğlu, 2020). Bu durum, kurumsal farkındalık düzeyinin artmasıyla doğrudan ilişkilidir. Ancak bu ulusal kapsamlı değerlendirmeye ek olarak, bölgesel dinamiklerin farkındalık düzeyleri üzerindeki etkisi de dikkate alınmalıdır. İpek ve arkadaşları (2023) Kuşadası örneğinde gerçekleştirdiği çalışmada, bölgenin sağlık turizmi açısından önemli bir potansiyele sahip olmasına rağmen, bu potansiyelin yeterince farkında olunmadığını tespit etmiştir. Araştırmacılar, potansiyelin etkin şekilde değerlendirilmesi için yalnızca bireysel değeril, tüm turizm paydaşlarının ortak bir vizyonla hareket etmesi gerektiğini ve özellikle eğitim faaliyetlerinin artırılmasının önemli bir öncelik olduğu vurgulanmaktadır. Şahin ve arkadaşları (2023) Malatya’da yaptıkları araştırmada sağlık çalışanlarının farkındalık düzeyinin orta düzeyde olduğunu tespit etmiştir. Uçan ve Coşar (2024) tarafından Alanya’da yürütölen çalışmada, bölgenin bir turizm destinasyonu olmasının, sağlık çalışanlarının medikal turizm farkındalığını artırıcı bir unsur olduğu vurgulanmaktadır. Literatürdeki benzer çalışmalar da, sağlık turizmi faaliyetlerinin yoğunluğu ve bölgesel talebin, farkındalık düzeyleri üzerinde belirgin etkiler oluşturabileceğini ortaya koymaktadır (Uçan & Coşar, 2024; Gökmen ve arkadaşları, 2020; Acar & Turan, 2016). Bu kapsamda, gelecekte daha geniş örneklemlerle, çok merkezli, boylamsal ve bölgesel karşılaştırmalı araştırmaların yapılması, sağlık turizmi desteklerine yönelik farkındalığın daha ayrıntılı ve dinamik bir biçimde değerlendirilmesine katkı sağlayacaktır.

Mevcut tez çalışmasındaki sınırlılıklar; çalışma belirli bir zaman diliminde yürütölmüş olup, elde edilen bulgular mevcut koşulları yansıtmaktadır. Destek mekanizmaları ve sektör dinamikleri zaman içinde değerşebileceğinden, sonuçların genellenebilirliği sınırlı olabilir. Ayrıca, anket formu bu çalışma kapsamında geliştirilmiş ve ilk kez uygulanmıştır. Farklı örneklemlerle test edilmesine ihtiyaç vardır.

Katılımcıların görev unvanlarındaki çeşitlilik de bilgi ve algı düzeylerinde farklılıklara neden olabilir.

Sonuç olarak araştırma bulguları, Türkiye'de sağlık turizmi desteklerine ilişkin farkındalığın kurumsal düzeyde genellikle orta seviyede olduğunu, ancak farkındalık düzeyinin kurumlar arasında farklılıklar gösterdiğini ortaya koymuştur. Özellikle küçük ve yeni kurulan kurumların desteklere erişimde daha fazla sorun yaşadığı, başvuru süreçlerini daha az bildiği ve danışmanlık hizmetlerine daha fazla ihtiyaç duyduğu belirlenmiştir.

Kurumların yalnızca %43'ünün sağlık turizmi desteklerinden faydalanması, desteklerin mevcut olmasının tek başına yeterli olmadığını; bu desteklerin erişilebilir, sade ve uygulanabilir olması gerektiğini ortaya koymaktadır. Kurum temsilcileri, destek süreçlerinde prosedürel karmaşıklık, uzun ödeme süreçleri, mevzuat değişiklikleri ve bilgilendirme eksikliği gibi sorunlara dikkat çekmiştir.

Bununla birlikte, desteklerden etkin yararlanan kurumlarda farkındalık ve bilgi düzeyinin daha yüksek olması, deneyimin bilgiye katkısını göstermektedir. Ayrıca iş birliği kuruluşlarının daha yüksek farkındalık seviyeleri, sektörel koordinasyonun destek mekanizmalarına erişimi kolaylaştırdığını ortaya koymaktadır.

Sağlık turizmi desteklerine ilişkin farkındalığın, kurumsal performansı etkileyebileceği, kurumsal farkındalığın artırılması, yalnızca bilgilendirme çalışmaları ile değil, aynı zamanda kurumsal kapasiteyi artıracak sürdürülebilir stratejilerle mümkün olacaktır. Mevcut tez çalışması, bu doğrultuda literatürdeki sağlık turizmi destekleri farkındalık boşluğunu doldurmaya yönelik önemli bir potansiyele sahiptir ve ileride yapılacak çalışmalara yön verecek temel bulgular sunmaktadır. Literatürde bu alandaki boşluk göz önünde bulundurulduğunda, çalışma, sektöre ve politika geliştiricilere yönelik somut bulgular ve öneriler sunarak önemli bir katkı sağlamaktadır.

Öneriler

- Yeni kurulan ve küçük ölçekli sağlık turizmi kurumlarına özel danışmanlık ve yönlendirme programları geliştirilmelidir.
- Sağlık turizmi destek başvuru süreçleri sadeleştirilmeli; karmaşık ve bürokratik engeller kaldırılmalıdır.
- Dijital başvuru platformları oluşturulmalı; kullanıcı dostu arayüzlerle örnek başvuru dosyaları ve rehberler sunulmalıdır.
- Destek süreçlerinin çevrim içi izlenebileceği otomasyon sistemleri devreye alınmalı ve performans analizleri yapılmalıdır.

- Periyodik çevrim içi bilgilendirme toplantıları, prosedür anlatımlı eğitimler ve sektör deneyimlerini paylaşmaya yönelik toplantılar yada platformlar düzenlenmelidir.
- Destek kapsamı genişletilmeli; konaklama, ulaşım, danışmanlık gibi alanlarda daha fazla destek sağlanmalıdır.
- Tanıtım ve dijital pazarlama faaliyetlerine yönelik destek oranları artırılmalıdır.
- Sağlık turizmi ve yabancı dil eğitimi yanı sıra uluslararası hasta ilişkileri ve kültürlerarası iletişim gibi konular da destek kapsamına alınmalıdır.
- Desteklerden etkin yararlanan kurumlar için ödül ve teşvik sistemleri kurulmalı; başarıya göre destek oranları artırılmalıdır. Örneğin, sağlık turizmi desteklerini etkin kullanan ve yüksek performans gösteren kurumlara belirlenen destek limit ve oranlarına ilave yapılarak arttırılması ya da ödüller veya sertifikalar verilmesi, diğer kurumları da teşvik edici bir rol oynayacaktır. Bu tür çok boyutlu uygulama ve politika önerileri, sağlık turizmi desteklerinden azami düzeyde fayda sağlanmasına ve sektörde sürdürülebilir bir büyümeye katkı sunacaktır.
- Başarılı uygulama örnekleri belge ve raporlarla yaygınlaştırılmalı; kurumlar arasında model oluşturulmalıdır.
- Sağlık turizmi lisans, lisansüstü eğitim programları ve sertifikalı mesleki gelişim kursları desteklenmelidir.
- Üniversitelerle iş birliği yapılarak sağlık turizmine yönelik akademik eğitim programları geliştirilmeli ve teşvik edilmelidir.
- Bölgesel farklılıklar dikkate alınarak destek planlamaları yapılmalı, bölgelere özel tanıtım stratejileri geliştirilmelidir.
- Dijital pazarlama alanında kamu-özel iş birlikleriyle rehberlik hizmetleri sunulmalıdır.
- Gelecek araştırmalarda destek farkındalığı boylamsal ve karşılaştırmalı olarak incelenmelidir.
- Kurumların desteklere yönelik geri bildirimleri alınmalı, performansa dayalı değerlendirme ve iyileştirme sistemleri oluşturulmalıdır.
- Sağlık turizmiyle ilgili ulusal ve uluslararası kongre, fuar ve çalıştaylara katılım desteklenmelidir.
- Devlet destekleriyle ilgili stratejiler geliştirilirken sadece bilgi değil; algı, deneyim ve kurumsal uygulama kapasitesi de dikkate alınmalıdır.

KAYNAKLAR

1. AACI. (2025). The American Accreditation Commission International. <https://www.aacihealthcare.com>
2. Aba, G., Gümüş, R., & Çakır, Y. N. (2019). Sağlık çalışanlarının medikal turizme yönelik algılarının incelenmesi: özel hastane örneği. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 17(3), 93-105. <https://doi.org/10.11611/yead.560169>
3. Acar, N., & Turan, A. (2016). Sağlık çalışanlarının sağlık turizmi farkındalığı üzerine araştırma: Ahi Evran Üniversitesi Eğitim ve Araştırma Hastanesi çalışanları örneği. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 17(1), 17-36.
4. Accreditation Canada. (2025). "Qmentum Global Program." <https://www.accreditation.ca>
5. Akbolat, M. & Deniz, A. (2017). Türkiye' de medikal turizmin gelişmesi ve bazı ülkelerle karşılaştırılması. *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 123- 139.
6. Akgül, M. (2020). Sağlık turizminde insan kaynakları. In H. Eriş (Ed.), *Sağlık turizmi* (ss. 75–86). İKSAD Yayıncılık.
7. Akpınar, S. (2023). Hemşirelerin sağlık turizmi farkındalık düzeyi: Kamu ve özel hastane karşılaştırması (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sivas.
8. Aktepe, C., & Açikel, Z. (2020). Sağlık turizminde teşvik (devlet desteği) politikaları. In D. Tengilimoğlu (Ed.), *Sağlık turizmi* (3. baskı, ss. 391–420). Siyasal Kitabevi.
9. Altıparmak, E., & Soysal, A. (2024). Sağlık Çalışanlarının Sağlık Turizmi Farkındalıklarının Bazı Demografik Değişkenlere Göre İncelenmesi: Kahramanmaraş İli Örneği. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14(2), 61-85. <https://doi.org/10.47147/ksuiibf.1560677>
10. Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., & Yıldırım, E. (2019). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: SPSS Uygulamalı*. Sakarya Yayıncılık.
11. Arkin, M. (2022). Sağlık personelinin sağlık turizmi farkındalığı üzerine bir araştırma: Tekirdağ örneği. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Namık Kemal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Tekirdağ.
12. Arkin, M., & Salha, H. (2023). Sağlık personelinin sağlık turizmi farkındalığı üzerine bir araştırma: Tekirdağ örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 7(1), 66-83. <https://doi.org/10.26677/TR1010.2023.1197>
13. Aslan, H. (2023). Sağlık çalışanlarının sağlık turizmi farkındalığı üzerine bir araştırma: İzmir ilinde bir eğitim ve araştırma hastanesinde uygulama (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Medipol Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

14. Australian Council on Healthcare Standards. (2023). "ACHS International." <https://www.achs.org.au>
15. Avderen, S., & Eter, M. (2024). Türkiye'nin Medikal Turizm Kurumsal Yeterliliğinin ve Potansiyelinin Avrupa'daki Türk Vatandaşları Tarafından Değerlendirilmesi. İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi, 13(1), 275-304.
16. Aydın, S., & Ertürk, M. S. (2019). Türkiye'nin sağlık turizmi potansiyeli ve uluslararası rekabet gücü. Sağlık ve Toplum Dergisi, 29(2), 51-66.
17. Babacan, E. (2023). Sağlık profesyonellerinin sağlık turizmine ilişkin algılarını belirlemeye yönelik bir araştırma. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Munzur Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Tunceli.
18. Bookman, M. Z. ve Bookman, K. R. (2007). Medical tourism in developing countries. New York: Palgrave Macmillan. doi:10.1057/9780230605657
19. Bozkurt, İ. (2020). Türkiye'de sağlık turizmine yönelik teşvik ve hibe uygulamaları. In H. Eriş (Ed.), Sağlık turizmi (ss. 277-366). Ankara; Iksad Publication. ISBN:978-625-7897.
20. BSI Group. (2025). "OHSAS 18001 - Occupational Health and Safety Management." <https://www.bsigroup.com>
21. Bucak, F. (2020). Yaşlı turizmi. Eriş, H (Ed.). Sağlık turizmi (ss. 133-145). Ankara; Iksad Publication. ISBN:978-625-7897.
22. Bulgan, G., & Çarıkçı, İ. (2016). Engelli turizmi: Antalya ilindeki dört ve beş yıldızlı otel işletmelerinde bir araştırma. Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 1(13), 15-42.
23. Bulut, A. ve Şengül, H. (2019). Dünyada ve Türkiye'de Sağlık Turizmi, Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, 3(1):45-62. <https://doi.org/10.29226/TR1001.2019.104>
24. Büyüköztürk, Ş. (2019). Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı: istatistik, araştırma deseni, SPSS uygulamaları ve yorum. Pegem Akademi.
25. Câmara, E., Pocinho, M., de Jesus, S. N., & Agapito, D. (2024). Senior Tourists' Well-being, Happiness, and Satisfaction with Life: A Systematic Literature Review. Journal of Tourism, Sustainability and Well-being, 12(2), 87-110.
26. Caner, Ş. (2022). Sağlık turizminde kümelenmenin önemi: SASTUD örneği. In III. Uluslararası Farklı Boyutlarıyla Sağlık Konferansı: Sağlık turizminin dünü, bugünü ve geleceği (pp. 1-10). https://www.google.com.tr/books/edition/III_Uluslararası_Farklı_Boyutlarıyla_Sağlık_Konferansı/SASTUD_örneği/B1_Boyutlar%C4%B1yla/4rOmEAAQBAJ?hl=tr&gbpv=1
27. Caner, Ş., Karabağ, M.F., Budak, T. (2022). Kişisel Verilerin Korunması

- Kanunu kapsamında uluslararası sağlık turizminin irdelenmesi. In 9. Uluslararası Gevher Nesibe Sağlık Bilimleri Kongre Kitabı (pp. 93–98).
28. Canver, Ş. S. (2015). Kamu ve Özel Hastane Çalışanlarının Sağlık Turizmine İlişkin Algılarının Değerlendirilmesi. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Okan Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
29. Carmen, I. ve Iuliana, C. (2014). Medical Tourism Industry Challenges in the Context of Globalization. *Management Strategies Journal*, 7(2), 62–70.
30. Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE Publications.
31. Cohen, E. (2008). Medical tourism in Thailand. *AU-GSB e-Journal*, 1 (1): 24-37.
32. Connell, J. (2006). Medical tourism: Sea, sun, sand and... surgery. *Tourism Management*, 27(6), 1093-1100. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.11.005>
33. Çabuk, Ş. (2023). Sağlık çalışanlarının sağlık turizmi ile ilgili farkındalık düzeylerinin belirlenmesi ve tele tıp uygulamasının sağlık turizmi ve sağlık hizmeti sunumu açısından uygulanabilirliğinin değerlendirilmesi: Bozyazı ilçesi örneği (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Alanya.
34. Çam, O., & Çılgınoğlu, H. (2021). Sağlık turizmi kapsamında medikal turizmde öne çıkan sağlık uygulamaları. *Oğuzhan Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(2), 197-216.
35. Çapar, H. (2018). Medikal Turizmde Destinasyon Seçimini Etkileyen Faktörler: Yabancı Medikal Turistlerin Türkiye Algısını Ölçmeye Yönelik Bir Çalışma (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
36. Çelik Kızıldağ, G. (2018). Hekim dışı sağlık personeli ve sağlık yöneticilerinin medikal sağlık turizmi konusunda farkındalıklarının değerlendirilmesi (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Ufuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
37. Çelik, R. (2020). Sağlık turizmi sunumunda ana-aracı kuruluşlar ve akreditasyonları. In H. Eriş (Ed.), *Sağlık turizmi* (s. 409-427). Ankara; İksad Publication. ISBN:978-625-7897.
38. Çolakoğlu, O.E. & Caner, Ş. (2022). Medikal Turizm. Bostan, A., Arslan, A., & Coşkun, E (Eds.). *Turizmde Yeni Umut: Sağlık Turizmi İçinde* (s. 1-30). Ankara; Detay Yayıncılık.
39. Dağlı, M. (2021). Tıp fakóltesi ve turizm fakóltesi öğrencilerinin sağlık turizmi hakkındaki farkındalık düzeyleri (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Alanya.

40. Demir, Y. & Aydın Kılınç, Z. (2024). Sağlık turizminde pazarlama yönetimi. In İ. S. Övey & F. Seyran (Eds.), Sağlık turizmi yönetimi (pp. 215–260). Gazi Kitabevi.
41. Doğruyol, T. (2024). Sağlık turizmi ve sosyal hizmet. In İ. Sağ, İ. Şimşir & F. Seyran (Eds.), Sağlık turizmi uygulamaları (2. bs., ss. 61–74). Nobel Akademik Yayıncılık.
42. Dökme, S., Yağar, F., & Parlayan, M. A. (2018). A study on the investigation of awareness of health employees about medical tourism. *International journal of scientific management and tourism*, 4(1), 107-118.
43. Dursun, Z. (2024a). Termal ve ileri yaş turizmi. In İ. Sağ, İ. Şimşir & F. Seyran (Eds.), Sağlık turizmi uygulamaları (2. bs., ss. 43–60). Nobel Akademik Yayıncılık.
44. Dursun, Z. (2024b). Sağlık turizmine genel bakış. In İ. Sağ, İ. Şimşir & F. Seyran (Eds.), Sağlık turizmi uygulamaları (2. bs., ss. 1–20). Nobel Akademik Yayıncılık.
45. DSÖ. (2025). Dünya Sağlık Örgütü. <https://www.who.int/>
46. Ehrbeck, T., Guevara, C., & Mango, P. D. (2008). Mapping the market for medical travel. *McKinsey Quarterly*, 4, 1–11.
47. Ekinci, N. (2020). Türkiye’de sağlık turizmi. In H. Eriş (Ed.), Sağlık turizmi (ss. 59–74). İKSAD Yayıncılık.
48. Erenoğlu Aksoy, E. (2023). Kuşadası’nda faaliyette bulunan otel işletmelerinde ve seyahat acentelerinde sağlık turizmi farkındalığı. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), Adnan Menderes Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Aydın.
49. Erdem, A. T. (2022). Sivas’ta görev yapan sağlık çalışanlarının sağlık turizmi farkındalıkları üzerine bir araştırma. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), Cumhuriyet Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sivas.
50. Erden, M. ve Akman, Y. (2018). Eğitim Psikolojisi. Akara Arkadaş Yayınevi.
51. Erdoğan, M. (2018). Kamu sağlık politikalarında yeni bir açılım sağlık turizmi: SDÜ Hastanelerinde çalışan hekimlerin sağlık turizmi farkındalığı üzerine bir araştırma. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta.
52. Ergüven, M. H. (2015). Wellness, medical wellness ve turizm. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 2(2), 86-93.
53. Eriş, H. (2020). Sağlık turizmi kavramı. In H. Eriş (Ed.), Sağlık turizmi (ss. 9–20). İKSAD Yayıncılık.

54. Eriş, H., & Barut, S. (2020). Sağlık Turizmi. Eriş, H (Ed.). Sağlık Turizmi İçinde (s. 45-60). Ankara; Iksad Publication. ISBN:978-625-7897.
55. Eriş, H., & Kemer, E. (2020). Medical tourism awareness of health workers. *Indian Journal of Forensic Medicine and Toxicology*, 14(4), 7884-7889.
56. Europespa. (2025). Quality Standards for Spa and Wellness. <https://www.europespa.eu>
57. Evren Subaşı, A. T., & Bolaç, F. (2024). Sağlık turizminde kalite ve akreditasyon. In İ. Sağ, İ. Şimşir & F. Seyran (Eds.), *Sağlık turizmi uygulamaları* (2. bs., ss. 225–244). Nobel Akademik Yayıncılık.
58. Gill, H. ve Singh, N. (2011). Exploring the factors that affect the choice of destination for medical tourism. *Journal of Service Science and Management*, 3(3), 315–324. doi:10.4236/jssm.2011.43037
59. Glinos, A.I., Baeten, R., Helble, M. ve Maarse, H. (2010). A typology of cross-border patient mobility. *Health & Place*, 16(6), 1145–1155. doi:https://doi.org/10.1016/j.healthplace.2010.08.001
60. Global Healthcare Accreditation. (2025). Medical Travel Accreditation Programs. <https://www.globalhealthcareaccreditation.com>
61. Gökmen, B., Şapcılar, M. C., & Büyüksalvarcı, A. (2020). Turizm fakültesi akademisyenlerinin sağlık turizmine yönelik farkındalığının değerlendirilmesi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 1180-1198. <https://doi.org/10.26677/TR1010.2020.389>
62. Gökmen Kavak, D., & Esatoğlu, A. E. (2020). Medikal turizmde kalite ve akreditasyon. In D. Tengilimoğlu (Ed.), *Sağlık turizmi* (3. baskı, ss. 361–380). Siyasal Kitabevi.
63. Great Place to Work Institute. (2025). Global Certification for Workplace Culture. <https://www.greatplacetowork.com>
64. Gül, A., & Aktaş, E. (2021). Sağlık turizminde aracı kuruluşların rolü ve işleyişi: Yasal çerçeve ve uygulamalar. *Uluslararası Sağlık Turizmi Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 23-34.
65. Gül, F. (2023). Sağlık Çalışanlarının Sağlık Turizmi Farkındalığı Üzerine Bir Araştırma: Antalya 112 Acil Sağlık Hizmetleri Örneği. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Alanya
66. Gülmez, M. (2020). Sağlık turizminde öncü ülkeler, turizm politikaları ve pazarlama stratejileri. In D. Tengilimoğlu (Ed.), *Sağlık turizmi* (3. baskı, ss. 180–398). Siyasal Kitabevi.
67. Gülenç, S. (2023). Sağlık Turizminin Tarihsel Gelişim Süreci (1923-2023).

Anadolu Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi, 4(1), 1-15. Erişim adresi:
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/atad/issue/80499/1308427>

68. Gülşen, M.A., Solak, I. (2024). Sağlık Turizminde Teşvik Yönetimi. Övey, İ.S. & Seyran, F (Ed.). Sağlık Turizmi Yönetimi İçinde (s. 215-260). Ankara; Gazi Kitabevi.
69. Güzel Şahin, G., & Tuzukaya, Ş. (2020). Turizm türleri ve turizm politikaları, dünyada ve Türkiye’de sağlık turizmi. In D. Tengilimoğlu (Ed.), Sağlık turizmi (3. baskı, ss. 51–67). Siyasal Kitabevi.
70. Hall, C. M. (2011). Health and medical tourism: a kill or cure for global public health?. *Tourism review*, 66(1/2), 4-15.
<https://doi.org/10.1108/16605371111127198>.
71. ISO. (2025). International Organization for Standardization Standards Catalogue.
<https://www.iso.org>
72. İpek, E., Batmaz, O. & Ayyıldız, A. Y. (2023). Sağlık turizmi farkındalığı: Kuşadası örneği. 2 nd International Conference on Engineering, Natural and Social Sciences, Konya, Türkiye.
73. JACIE. (2025). JACIE Accreditation Standards. <https://www.ebmt.org/jacie-accreditation>
74. Jagyasi, P. (2010). Medical Tourism: Research & Survey Report. ExHealth.
https://books.google.com.tr/books?hl=tr&lr=&id=rZXGdIpIqUIC&oi=fnd&pg=PA3&dq=Medical+Tourism+Research+And+Survey+Report+dr+jagyasi&ots=bOXQLuEd1h&sig=AFzEHafB6gMy-QBr5uGUD83WfTo&redir_esc=y#v=onepage&q=Medical+Tourism+Research+And+Survey+Report+dr+jagyasi
75. Joint Commission International. (2025). "JCI Accreditation."
<https://www.jointcommissioninternational.org>
76. Jotikasthira, N. (2010). Salient factors influencing medical tourism destination choice (Doktora Tezi). Southern Cross University.
77. Karahan, A. (2020). Sağlık Turizminde Kalite ve Akreditasyon. Eriş, H (Ed.). Sağlık Turizmi İçinde (s. 255-271). Ankara; Iksad Publication. ISBN:978-625-7897.
78. Karaman, D., & Ökmen, Z. (2024). Sağlık turizminde sigortacılık ve risk yönetimi. In İ. S. Övey & F. Seyran (Eds.), Sağlık turizmi yönetimi (ss. 139–156). Gazi Kitabevi.
79. Karasar, N. (2020). Bilimsel Araştırma Yöntemi: Kavramlar, İlkeler, Teknikler. Nobel Yayınları.
80. Koca, R. (2024). Üniversite Öğrencilerinde Sağlık Turizmi Farkındalık Düzeyi ve

Belirleyicileri; Alanya Örneği. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi, Alanya.

81. Kocaman, S. (2024). Sağlık Turizminde Rekreasyon Yönetimi. Övey, İ.S. & Seyran, F (Ed.). Sağlık Turizmi Yönetimi İçinde (s. 302-315). Ankara; Gazi Kitabevi.
82. Kozak, M. A., Evren, G., & Çakır, O. (2013). Motivations of health tourists. *Tourism Analysis*, 18(6), 707-719.
83. Köroğlu, G., & Tengilimoğlu, D. (2021). Sağlık çalışanlarına göre medikal turizm endeksi faktörlerinin değerlendirilmesi. *Uluslararası Sağlık Yönetimi ve Stratejileri Araştırma Dergisi*, 7(2), 261-275.
84. Lee, C. ve Spisto, M. (2007). Medical Tourism , the Future of Health Services. Alternatives. <http://www.bm.nsysu.edu.tw/tutorial/iylu/12th ICIT/07-07.pdf>
85. Li, L., Ragavan, N. A., Patwary, A. K., & Baijun, W. (2022). Measuring patients' satisfaction toward health tourism in Malaysia through hospital environment, nutritional advice, and perceived value: A study on Chinese exchange students. *Frontiers in public health*, 10, 893439. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2022.893439>
86. Lunt, N., Smith, R. D., Exworthy, M., Green, T., Horsfall, D., & Mannion, R. (2011). Medical tourism: treatments, markets and health system implications. *OECD*, (7), 12.
87. Medhekar, A., Wong, H. Y., & Hall, J. E. (2020). Health-Care Providers Perspective On Value in Medical Travel to India. *Tourism Review*, 75(4), 717-731.
88. Mert, M. (2025). Halkın Sağlık Turizmi Hakkındaki Farkındalık Düzeylerinin Belirlenmesi: Ankara ve Diyarbakır İllerine Yönelik Karşılaştırmalı Bir Araştırma. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Mardin Artuklu Üniversitesi, Mardin.
89. Metli, B. B. (2024). Sağlık çalışanlarının sağlık turizmi farkındalık düzeyleri: Bir şehir hastanesi örneği (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
90. Neuman, W. L. (2014). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. Pearson.
91. Oruç, M. A., Caner, Ş., & Vatansever, K. (2024). The Investigation of Health Tourism Potential: The Case of Samsun Province. *International Journal of Health Management and Tourism*, 9(2), 180-193. <https://doi.org/10.31201/ijhmt.1475177>
92. Önal, A., & Çiftçi, G. (2024). Sağlık turizminde dijital uygulama yönetimi. In İ. S. Övey & F. Seyran (Eds.), *Sağlık turizmi yönetimi* (ss. 59–78). Gazi Kitabevi.

93. Övey, İ.S. & Caner, Ş. (2024). Sağlık Turizminde Paydaşlık Yönetimi. Övey, İ.S. & Seyran, F (Ed.). Sağlık Turizmi Yönetimi İçinde (s. 233-260). Ankara; Gazi Kitabevi.
94. Özkan, O. (2020). Dünyada Sağlık Turizminin Gelişimi ve Öncü Ülkeler. Eriş, H (Ed.). Sağlık Turizmi İçinde (s. 431-480). Ankara; Iksad Publication. ISBN:978-625-7897.
95. Öztürk, Y., Aydın, T. & Sert, S. (2023). Sağlık çalışanlarının sağlık turizmi farkındalık düzeylerinin belirlenmesine yönelik bir araştırma. Journal of History School, 16(LXIV), 1263-1277. <https://doi.org/10.29228/joh.69305>
96. Ratnasari, R. T., Gunawan, S., Pitchay, A. A., & Salleh, M. C. (2022). Sustainable Medical Tourism: Investigating Healthcare Travel in Indonesia And Malaysia. International Journal of Healthcare Management, 15(3), 220–229
97. Reisman, D. A. (2010). Health tourism: concepts and definitions. Nova Science Publishers.
98. Sağlık Bakanlığı SAS. (2025). Sağlıkta Kalite ve Akreditasyon Daire Başkanlığı – SAS Standartları. <https://shgm.saglik.gov.tr/TR-69825/saglikta-akreditasyon-standartlari-sas.html>
99. Sağlık Bakanlığı Stratejik Plan. (2025). 2024-2028 Stratejik Plan. https://dosyamerkez.saglik.gov.tr/Eklenti/47452/0/saglik-bakanligi-stratejik-plan-2024-2028pdf.pdf?_tag1=7B2A9834832BF7DCF36F2C7E5607D8543752A372
100. Şahin, M. ve Uysal Şahin, Ö. (2018). Türkiye’de Sağlık Turizminin Potansiyeli Ve Geleceği: Swot Analizi. Journal of Awareness, 3, 287–300. doi:10.26809/joa.2018548638
101. Şahin, M., Yılmaz, M., & Karamustafa, K. (2023). Sağlık turizmi farkındalığı: Malatya ilinde sağlık çalışanları üzerine bir araştırma. Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 25(4), 1611-1632. <https://doi.org/10.32709/akusosbil.1166591>.
102. Sertgöz, B., & Uymaz, A. O. (2024). Sağlık turizminde insan kaynakları yönetimi. In İ. S. Övey & F. Seyran (Eds.), Sağlık turizmi yönetimi (ss. 19–36). Gazi Kitabevi.
103. Seyran, F. (2024). Medikal turizm. In İ. Sağ, İ. Şimşir & F. Seyran (Eds.), Sağlık turizmi uygulamaları (2. bs., ss. 21–42). Nobel Akademik Yayıncılık.
104. Seyran, F., & Ergün, A. (2024). Sağlık turizminde örgütsel yönetim. In İ. S. Övey & F. Seyran (Eds.), Sağlık turizmi yönetimi (ss. 1–18). Gazi Kitabevi.
105. Smith, M., & Puczko, L. (2009). Health and wellness tourism. Butterworth-Heinemann.

106. Surgical Review Corporation. (2025). Center of Excellence Programs. <https://surgicalreview.org>
107. Şimşek, B. (2024). Profesyonel turist rehberlerinin sağlık turizmine ilişkin algılarının değerlendirilmesi. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Aydın.
108. Şimşir, İ. (2024). Sağlık turizminde tercümanlık hizmetleri. In İ. Sağ, İ. Şimşir & F. Seyran (Eds.), Sağlık turizmi uygulamaları (2. bs., ss. 75–92). Nobel Akademik Yayıncılık.
109. Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2019). Using Multivariate Statistics. Pearson.
110. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2025). <https://www.ktb.gov.tr/>
111. T.C. Sağlık Bakanlığı (2025). <https://www.saglik.gov.tr>
112. T.C. Sağlık Bakanlığı (2025). Uluslararası Sağlık Turizmi ve Turistin Sağlığı Hakkında Yönetmelik. Resmî Gazete (Sayı: 32882). <https://www.resmigazete.gov.tr>
113. T.C. Ticaret Bakanlığı. (2022). 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%B1mas%C4%B1%20ve%20Desteklenmesi%20Hakk%C4%B1nda%20Karar.pdf>
114. T.C. Ticaret Bakanlığı. (2024). Sağlık Turizminde Küresel Merkez Türkiye. Erişim adresi: <https://ticaret.gov.tr/haberler/saglik-turizminde-kuresel-merkez-turkiye>
115. T.C. Ticaret Bakanlığı. (2024a). Sağlık ve Spor Turizmi Sektörlerine Yönelik Uygulama Usul ve Esasları Hakkında Genelge. <https://ticaret.gov.tr/data/629dab6813b876408c889af6/5448%20Sagl%C4%B1k%20ve%20Spor%20Turizmi%20Sekt%C3%B6rlerine%20Y%C3%B6nelik%20UUE%20Genelgesi.pdf>
116. T.C. Ticaret Bakanlığı. (2025). Hizmet Sektörü Destekleri. <https://ticaret.gov.tr>
117. T.C. Ticaret Bakanlığı. (2025a). Uluslararası Hizmet Ticareti Genel Müdürlüğü, Sağlık Hizmeti İhracatı Sağlık Turizmi Sunumu.
118. TEMOS International. (2025). International Healthcare Accreditation Programs. <https://www.temos-worldwide.com>
119. Tengilimoğlu, D., & Bayram, M. (2020). Termal turizm ve spa wellness. In D. Tengilimoğlu (Ed.), Sağlık turizmi (3. baskı, ss. 71–95). Siyasal Kitabevi.
120. Tengilimoğlu, D., & Zekioğlu, A. (2020). Dünyada ve Türkiye’de medikal

- turizm. In D. Tengilimoğlu (Ed.), Sağlık turizmi (3. baskı, ss. 90–113). Siyasal Kitabevi.
121. Tengilimoğlu, D., & Tosun, N. (2020). İleri yaş ve engelli turizmi. In D. Tengilimoğlu (Ed.), Sağlık turizmi (3. baskı, ss. 120–167). Siyasal Kitabevi.
122. Tengilimoğlu, D. (2021). Sağlık Turizmi ve Devlet Teşvikleri. *Journal of Life Economics*. 8(1), 1-10. <https://doi.org/10.15637/jlecon.8.1.01>
123. TÜV Rheinland. (2025). International Spa Quality Certification. <https://www.tuv.com>
124. Tontuş, H. (2015). Tüm Yönleriyle Sağlık Turizmi. TC Sağlık Bakanlığı. 1. Baskı. Ankara.
125. Torres, M. M., Clegg, L. J. & Varum, C. A. (2016). The missing link between awareness and use in the uptake of pro-internationalization incentives. *International Business Review*, 25 (2), 495-510.
126. Tucki, A. and Cleave P. (2014). medical tourism- new growing industry on a concealed market. *European Journal Of Medical Technologies*, 4(5),1-7.
127. TÜİK. (2025). Türkiye İstatistik Kurumu. www.tuik.gov.tr
128. Turner, L. (2011). Canadian medical tourism companies that have exited the marketplace: Content analysis of websites used to market transnational medical travel. *Globalization and health*, 7, 1-16. <https://doi.org/10.1186/1744-8603-7-40>
129. TÜRSAB (2025). Sağlık Turizmi Raporu. www.tursab.org.tr/dosya/12186/saglikturizmiraporu_12186_5485299.pdf
130. Uçan, S. (2024). Sağlık çalışanlarının medikal sağlık turizmi konusundaki farkındalıklarının değerlendirilmesi: Alanya örneği (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Alanya.
131. Uçan, S., & Albayrak Coşar, A. (2024). Sağlık çalışanlarının medikal turizm farkındalıklarının değerlendirilmesi: alanya örneği. *Syedra Sağlık Dergisi*, 1(1), 1-10.
132. Uluslararası Hizmet Ticareti Genel Müdürlüğü. (2024). 5448 Sayılı Hizmet İhracatının Tanımlanması, Sınıflandırılması ve Desteklenmesi Hakkında Kararın Sağlık ve Spor Turizmi Hizmetlerine Yönelik Uygulama Usul ve Esaslarına İlişkin Genelge Özet Bilgi. T.C. Ticaret Bakanlığı. <https://ticaret.gov.tr/data/629dab6813b876408c889af6/SA%C4%9ELIK-Destek%20Program%C4%B1%20Rehberi.pdf>
133. Unutmaz, G. (1994). Kaplıca Turizmi (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

134. USHAŞ. (2025). Uluslararası Sağlık Hizmetleri Anonim Şirketi. <https://www.ushas.com.tr/>
135. Uslu, E. (2020). Termal ve SPA Wellness Turizmi. Eriş, H (Ed.). Sağlık Turizmi İçinde (s. 89-128). Ankara; Iksad Publication. ISBN:978-625-7897.
136. Uysal, Ş.A. (2020). Engelli Turizmi. Eriş, H (Ed.). Sağlık Turizmi İçinde (s. 149-187). Ankara; Iksad Publication. ISBN:978-625-7897.
137. Üstün, U. ve Uslu, Y. D. (2022). Türkiye'nin sağlık turizminde tercih edilme nedenleri üzerine bir çalışma: Medikal turizm endeksi. Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi, 33, 344-353. <https://doi.org/10.31590/ejosat.1020647>
138. Yaba, M. (2022). Sağlık Turizmi Farkındalık Düzeyinin Belirlenmesi Üzerine Bir Alan Araştırması. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sivas.
139. Yalçın, B. (2013). Antalya İli Sağlık Turizmi Potansiyeli Araştırması. Doktora Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
140. Yu, J. Y. ve Ko, T. G. (2012). A cross-cultural study of perceptions of medical tourism among Chinese, Japanese and Korean tourists in Korea. Tourism Management, 33(1), 80–88. doi:10.1016/j.tourman.2011.02.002.
141. Zarei, A. ve Maleki, F. (2019). Asian medical marketing, a review of factors affecting Asian medical tourism development. Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism, 20(1), 1–15. doi:10.1080/1528008X.2018.1438959.
142. QHA Trent Accreditation. (2025). "Global Healthcare Standards." <https://www.qhatrent.co.uk>
143. Weiermair, K., & Steinhäuser, C. (2003). New tourism clusters in the field of sports and health: The case of Alpine wellness. In 12th International Tourism and Leisure Symposium, Barcelona (pp. 15-18).
144. Wong, K. M., Velasamy, P. ve Tengku Arshad, T. N. (2014). Medical Tourism Destination SWOT Analysis: A Case Study of Malaysia, Thailand, Singapore and India. SHS Web of Conferences, 12, 1–6. doi:10.1051/shsconf/20141201037
145. Woodman, J. (2012). Patients Beyond Borders: Dubai Healthcare City Edition, Everybody's Guide to Affordable, World-Class Healthcare. Chapel Hill, NC: Healthy Travel Media

EKLER

Ek-1 Veri Toplama Formu

Bu anket formu Doç. Dr. Seda ARSLAN danışmanlığında, Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi Sağlık Turizmi Programı Doktora öğrencisi Şennur CANER tarafından “Sağlık Turizmi Sektöründe Faaliyet Gösteren Kurumların Sağlık Turizmi Destekleri Farkındalık Düzeyinin İncelenmesi” başlıklı doktora tez çalışmasında kullanılmak üzere hazırlanmıştır.

Anket Formu Soruları

Kurumdaki Göreviniz:

- ☐ Aracı Kurum Şirket Sahibi ☐ Aracı Kurum Çalışanı ☐ Başhekim ☐ Muayenehane Hekimi
☐ Genel Müdür ☐ Müdür ☐ Müdür Yardımcısı ☐ **Sağlık Kurum Çalışanı**
Sağlık Kurum Çalışanın Çalıştığı Birim: (Biriminizi yazınız)
☐ Yönetim Kurulu Başkanı ☐ Yönetim Kurulu Üyesi ☐ İşbirliği Kuruluş Üyesi

Kurum Adı (Bu bilgi çalışma içeriğinde paylaşılmayacaktır):

İl:

- ☐ İstanbul ☐ Ankara ☐ Antalya ☐ İzmir ☐ Bursa ☐ Muğla ☐ Adana ☐ Aydın ☐ Samsun
☐ Mersin ☐ Diğer:

Kuruluş Yılı: ☐ 2000-2004 ☐ 2005-2009 ☐ 2010-2014 ☐ 2015-2019 ☐ 2020-2024
☐ Diğer.....

Çalışan Sayısı: ☐ 0-100 ☐ 101-500 ☐ 501-1000 ☐ 1001-2000 ☐ 2001 ve üzeri

Kurumun Sağlık Turizmi Faaliyetlerindeki Yeri:

- ☐ Yetkilendirilmiş Aracı Kuruluş
☐ **Yetkilendirilmiş Sağlık Tesis** ☐ Kamu ☐ Özel ☐ Üniversite
☐ Yetkilendirilmiş Sağlık Türü ☐ Hastane ☐ Tıp Merkezi ☐ Muayenehane ☐ ADSP
☐ Diğer.....
☐ İşbirliği Kuruluşu

Sağlık turisti başvuru sayınızda son üç yılda ortalama yüzde kaç artış oldu?

- ☐ %5-10 ☐ %11-20 ☐ %21-30 ☐ %31-40 ☐ %41-50 ☐ %51-60
☐ %61-70 ☐ %71-80 ☐ 81-90 ☐ %91ve üzeri ☐ Diğer.....

Sağlık turizmi gelirinizde son üç yılda ortalama yüzde kaç artış oldu?

- ☐ %5-10 ☐ %11-20 ☐ %21-30 ☐ %31-40 ☐ %41-50 ☐ %51-60
☐ %61-70 ☐ %71-80 ☐ 81-90 ☐ %91ve üzeri ☐ Diğer.....

Sağlık turizmi kapsamında yapılan harcamaların sağlık turizmi gelirlerindeki artışa olan etkisi ortalama yüzde kaçtır?

- ☐ %5-10 ☐ %11-20 ☐ %21-30 ☐ %31-40 ☐ %41-50 ☐ %51-60
☐ %61-70 ☐ %71-80 ☐ 81-90 ☐ %91-100 ☐ Diğer.....

Sağlık turizmi kapsamında en çok hangi ülkelere sağlık hizmeti sunuyorsunuz? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz?)

- ☐Almanya ☐ABD ☐Azerbaycan ☐Afganistan ☐Avusturya ☐BAE ☐Cezayir ☐Fransa
☐Gürcistan ☐Hollanda ☐Irak ☐İran ☐İngiltere ☐Katar ☐Kazakistan ☐Kuveyt
☐Özbekistan ☐Polonya ☐Romanya ☐Rusya Federasyonu ☐Diğer yazınız

Sağlık turizmi kapsamında en çok hangi ülkelere yönelik sağlık turizmi faaliyeti gerçekleştiriyorsunuz? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz.)

- ☐Almanya ☐ABD ☐Azerbaycan ☐Afganistan ☐Avusturya ☐BAE ☐Cezayir ☐Fransa
☐Gürcistan ☐Hollanda ☐Irak ☐İran ☐İngiltere ☐Katar ☐Kazakistan ☐Kuveyt
☐Özbekistan ☐Polonya ☐Romanya ☐Rusya Federasyonu ☐Diğer yazınız...

Hedef ülkeleriniz nereler?

- ☐Almanya ☐ABD ☐Azerbaycan ☐Bahreyn ☐BAE ☐Birleşik Krallık ☐Bulgaristan
☐Cezayir ☐Fransa ☐Gana ☐Gürcistan ☐Hollanda ☐İspanya ☐İsveç ☐Kanada
☐Katar ☐Kazakistan ☐Kuveyt ☐Mısır ☐Nijerya ☐Norveç ☐Özbekistan ☐Pakistan
☐Polonya ☐Romanya ☐Rusya Federasyonu ☐Senegal ☐Sudan ☐Suudi Arabistan
☐Umman ☐Diğer.....

Kurumunuz sağlık turizmi desteklerinden faydalıyor mu?

- ☐ Hayır ☐ Evet

Cevabınız evet ise hangi desteklerden yararlandınız? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz.)

- ☐Reklam, Tanıtım ve Pazarlama ☐Tescil ve Koruma ☐Acente Komisyon ☐Pazara Giriş Belgeleri ☐Hasta Yol Desteği ☐Birim Desteği ☐Komplikasyon ve Seyahat Sağlık Sigortası Desteği ☐İstihdam ☐Yabancı Dil ve Sağlık Turizmi Eğitimi Desteği ☐Sektörel Alım Heyeti ☐Ticaret Heyeti Desteği ☐Yurt Dışı Etkinlik Katılım ☐Yurt İçi Etkinlik Katılım ☐Ürün Yerleştirme ☐Yurt İçi/ Tanıtım/Eğitim ☐HİSER ☐Sanal Fuar Organizasyon ☐Turquality ☐Markalaşma Desteği ☐Diğer.....

Kaç yıldır sağlık turizmi desteklerinden faydalaniyorsunuz?

- ☐ 1 yıl ☐ 2 yıl ☐ 3 yıl ☐ 4 yıl ☐ 5 yıl ve üzeri

Son bir içinde sağlık turizmi destek başvuru sıklığınız nedir?

- ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ve üzeri

Destek başvuru süreci için herhangi bir danışmanlık hizmeti aldınız mı?

- ☐ Hayır ☐ Evet

Başvuru sürecinde herhangi bir sorun yaşadınız mı?

- ☐ Hayır ☐ Evet ise ne gibi sorun yaşadınız yazınız.....

Sağlık turizmi desteklerini yeterli buluyor musunuz?

- ☐ Hayır ☐ Evet ☐ Kararsızım

Sağlık turizmi devlet destekleri hakkında görüş, öneri, yorum veya eklenmesini talep ettiğiniz destek kalemi var mı?

- ☐ Hayır ☐ Evet ise yazınız

Sağlık Turizmi Destekleri Farkındalık Düzeyi (STDFD)

		Hiç Bilgim Yok	Az Biliyorum	Kararsızım	Biliyorum	Çok İyi Biliyorum
Sağlık Turizmi Desteklerine Yönelik Bilgi Düzeyi	Sağlık turizmi destekleri hakkında yeterli bilgi düzeyine sahibim.					
	Sağlık kuruluşlarına yönelik destekler hakkında yeterli bilgi düzeyine sahibim.					
	Sağlık turizmi aracı kuruluşlarına yönelik destekler hakkında yeterli bilgi düzeyine sahibim.					
	İşbirliği kuruluşlarına yönelik destekler hakkında yeterli bilgi düzeyine sahibim.					
Sağlık Turizmi Destek Başvuru Sürecine Yönelik Bilgi Düzeyi	Destek başvurusunu nasıl yapacağım hakkında yeterli bilgi düzeyine sahibim.					
	Destek başvurusu dosya hazırlık süreci hakkında yeterli bilgi düzeyine sahibim.					
	Destek başvurusunda istenen temel bilgi ve belgeler hakkında yeterli bilgi düzeyine sahibim.					
	Destek başvuru dosya takip süreci hakkında yeterli bilgi düzeyine sahibim.					
	Desteklerden faydalanma süresi hakkında yeterli bilgi düzeyine sahibim.					
	Destek oranları ve üst limitleri hakkında yeterli bilgi düzeyine sahibim.					
	Destek başvurusu ödeme süreci hakkında yeterli bilgi düzeyine sahibim.					
Sağlık Turizmi Desteklerden Haberdar Olma Düzeyi	Sağlık turizmine yönelik devlet destekleri hakkında bilgiye nereden ulaşabileceğimi biliyorum.					
	Sağlık turizmine yönelik devlet destekleri hakkında güncel bilgi takibini nasıl yapabileceğimi biliyorum.					
	Sağlık turizmine yönelik devlet destekleri hakkında düzenlenen toplantı, fuar, zirve, panel					

Sağlık Turizmi Desteklerden Haberdar Olma Düzeyi Devam	gibi organizasyonların yeterli düzeyde olduğunu düşünüyorum.					
	Sağlık turizmine yönelik devlet destekleri hakkında bilgiye tv/radyo aracılığıyla ulaşabileceğimi düşünüyorum.					
	Sağlık turizmine yönelik devlet destekleri hakkında bilgiye web sitesi, sosyal medya, online platformlar gibi dijital platformlar aracılığıyla ulaşabileceğimi düşünüyorum.					
	Sağlık turizmine yönelik devlet destekleri hakkında yapılan çalışmaları yeterli buluyorum.					
Sağlık Turizmi Desteklerinin Etkileri Hakkında Algı Düzeyi	Kurumsal kapasite oluşturulmasına ve kapasitenin güçlendirilmesine katkı sağladığı konusunda yeterli bilgi düzeyine sahibim.					
	Sağlık turizmi sektör altyapısını geliştirmek, tanıtım faaliyetlerine katkıda bulunmak, eğitim programları düzenlemek gibi çeşitli alanlardaki ihtiyaçları karşılamayı hedeflediği konusunda yeterli bilgi düzeyine sahibim.					
	Sağlık turisti sayısını ve sağlık turizmi gelirlerini arttırmaya katkı sağladığı konusunda yeterli bilgi düzeyine sahibim.					
	Sağlık hizmetlerinin uluslararası platformda tanıtılmasına ve tercih edilmesine katkı sağladığı konusunda yeterli bilgi düzeyine sahibim.					
	Sektörün potansiyelini arttırmaya ve büyümesine katkı sağladığı konusunda yeterli bilgi düzeyine sahibim.					
	Sektörün uluslararası rekabet gücünü artırmayı hedeflediği konusunda yeterli bilgi düzeyine sahibim.					

Ek-2 Etik Kurul Kararı

Evrak Tarih ve Sayısı: 11.07.2024-192572

T.C.

ALANYA ALAADDİN KEYKUBAT ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ

Girişimsel Olmayan Klinik Araştırmalar Etik Kurul Kararı

Ek-2

TOPLANTI SAYISI	KARAR SAYISI	KARAR TARİHİ
07	10	09.07.2024

Karar Numarası: 2024/02

Doç. Dr. Seda AVNİOĞLU'nun 03.07.2024 tarihli ve 191370 E. No'lu "Sağlık Turizmi Sektöründe Faaliyet Gösteren Kurumların Sağlık Turizmi Destekleri Farkındalık Düzeyinin İncelenmesi" konulu başvurusu.

Doç. Dr. Seda AVNİOĞLU'nun 03.07.2024 tarihli ve 191370 E. No'lu "Sağlık Turizmi Sektöründe Faaliyet Gösteren Kurumların Sağlık Turizmi Destekleri Farkındalık Düzeyinin İncelenmesi" konulu başvurusunun fikri, hukuki ve telif hakları bakımından metot ve ölçeğine ilişkin sorumluluğun başvurucaya ait olmak üzere araştırma süresince uygulanmasının etik olarak uygun olduğuna oybirliği ile karar verilmiştir. 09.07.2024

(e-imzalıdır)

Prof. Dr. Saliha ÖZPINAR
Kurul Başkanı

(e-imzalıdır)

Doç. Dr. Figen ALP YILMAZ
Kurul Başkan YRD.

(e-imzalıdır)

Doç. Dr. İshak Suat ÖVEY
Üye

(e-imzalıdır)

Doç. Dr. Ayşe ERDOĞAN
Üye

(Mazeretli)

Doç. Dr. Meltem SOYLU
Üye

(e-imzalıdır)

Doç. Dr. Akan BAYRAKDAR
Üye

(Mazeretli)

Doç. Dr. Mehmet Kemal TÜMER
Üye

(e-imzalıdır)

Doç. Dr. Banu YILDIZ
Üye

(Mazeretli)

Av. Recep ŞAHİN
Üye

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır..

ÖZGEÇMİŞ

Adı Soyadı: Şennur CANER

Eğitim Durumu (Kurum ve Yıl):

Samsun Lisesi Sayısal Bölümü, 2003-2006

Ondokuz Mayıs Üniversitesi Sağlık Yüksek Okulu Ebelik Bölümü, 2007- 2011

Amasya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Pedagojik Formasyon 2012

Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Sağlık Yönetimi, 2016-2020

Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü Evde Bakım Hemşireliği Tezli Yüksek Lisans 2013-2018

Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü Sağlık Yönetimi Yüksek Lisans 2020-2021

Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü Sağlık Turizmi Yüksek Lisans 2020-2021 tez döneminde ayrılıp Sağlık Turizmi doktora kaydı yapıldı.

Çalıştığı Kurum/Kurumlar ve Yıl:

Samsun Özel Medical Park Hastanesi, 2011-2012

Samsun Halk Sağlığı Müdürlüğü (Adalet Aile Sağlığı Merkezi), 2012-2014

Hatay Halk Sağlığı Müdürlüğü (AR-GE Birimi), 2014-2015

Samsun Halk Sağlığı Müdürlüğü (Atakum Toplum Sağlığı Merkezi, Eğitim Birimi), 2015-2016

Samsun Halk Sağlığı Müdürlüğü (Aile Hekimliği Uygulama Şube Müdürlüğü, Eğitim ve Geliştirme Birimi), 2016-2017

Samsun İl Sağlık Müdürlüğü (Sağlık Turizmi Birimi), 2018- Halen

Bildiği Yabancı Diller: İngilizce