hospital manager®
Temmuz-Ağustos 2018 • Yıl: 11 • Sayı: 44
sağlık profesyonellerinin dergisi

KİŞİ BAŞI GELİR
12 KAT FAZLA

TOPLAM TURİZMDEN
DAHA HIZLI BÜYÜYOR

SAĞLIK TURİZMİNİN
KALKINMAYA ETKİSİ

ULUSAL GÜÇ BİRLİĞİNİN
ZAMANI GELDİ

TÜRKİYE NEDEN
İYİ BİR SEÇENEK?

TERMAL TURİZM
MARKALAŞMALI

MEDYANIN SAĞLIK
TURİZMİNE KATKISI

Sağlık turizminde 8 SEGMENT



2023 HEDEFİ:
"20 Milyar Dolar ve 2 Milyon Yabancı Hasta"

Periferik etkin kas uyarımı

Pelvik tabanı için kişiye özel eğitim biofeedback

PELVIPOWER™
POWER FROM THE CORE

PONTEMED



- **İnkontinans tedavisi**
- **Pelvik taban kaslarının tekrar toparlanması**
- **Erektil disfonksiyon**
- **Cinsel isteği artırma**

www.pelvipower.com

PelviPower

Güçlü Pelvik Kaslar ve Sağlıklı bir Yaşam

Pontemed firmasının, 'Pelvik Taban Rehabilitasyonu' alanındaki yeni ürünü olan 'PelviPower' tedavi koltuğunu, Türkiye'deki müşterilerimize sunmaktan büyük mutluluk duymaktayız. Pelvik kasları güçlendiren ve cerrahi müdahale gerektirmeyen bu egzersizleri, cihazda otururak rahatça yapabilirsiniz. Konusunda uzman ekip, ilk deneme egzersizinden sonra size özel bir egzersiz profili düzenlerler.

Egzersizlerin temel amacı, pelvik bölgede manyetik alan uyarıları oluşturarak, kasın aktif olarak çalışmasını ve güçlenmesini sağlamaktır. Bu yöntem kasları dönüşümlü olarak uyarır ve etkili bir egzersiz yapma imkanı sağlar. PelviPower egzersizlerinin kasları uyarma etkisini hemen hissedersiniz.

ACENDIS TÜRKİYE
Proje Yönetimi / Project Management
Satış & Servis / Sales & Tech. Serv.

Küçükbakkalköy Mah.
Cem Sokak. No: 4
34750 Ataşehir / İstanbul · Türkiye

Tel. +90 216 - 470 49 49
E-mail bilgi@acendis.eu
Web www.acendis.com.tr

ACENDIS GERMANY
Project Management / Headquarters

Wohlenbergstr. 5
30179 Hannover
Germany

Tel. +49 511 - 1 83 83
E-mail contact@acendis.eu
Web www.acendis.eu

ACENDIS
Together, all the way.

AIXPLORER mach 30

YENİ:
SUPERSONIC IMAGING



SUPERSONIC imagine AIXPLORER MultiWave

ACENDIS olarak ultrasonografi görüntüleme sistemleri alanında, sektörün inovatif Fransız firması Supersonic Imagine'nin Türkiye tek yetkili temsilciliğini almanın heyecanını yaşamaktayız.

Supersonic Imagine firmasının en yeni ürünü olan Aixplorer® Mach 30; geleneksel ultrason sistemlerinden 200 kat daha hızlı görüntü alabilen UltraFast ™ platformu ile devrim yaratan bir ultrason sistemidir.

- **UltraFast™ Imaging**
- **Real-Time ShearWave™ Elastography**
- **Angio PL.U.S. - PLanewave UltraSensitive™ imaging**
- **Rakipsiz teknolojiye sahip eş zamanlı görüntüleme modu TriVu**
- **UltraFast™ Doppler Color Flow Imaging ve Pulsed Wave Doppler**
- **Benzersiz klinik ve kullanıcı deneyimleri için çığır açan Sonicpad®**

özellikleriyle **Aixplorer® Mach 30**, son teknolojili kompakt tasarımı, işlevsel kontrol ve dokunmatik panelleri, ultra hafif transdüserleri ve ergonomik kablo düzenleriyle çalışma koşullarınızı en iyi hale getirmenize yardımcı olmaktadır.

www.acendis.eu • www.acendis.com.tr

ACENDIS GERMANY
Project Management / Headquarters

Wohlenbergstr. 5
30179 Hannover
Germany

Tel. +49 511 - 1 83 83
E-mail contact@acendis.eu
Web www.acendis.eu

ACENDIS TÜRKİYE
Proje Yönetimi / Project Management
Satış & Servis / Sales & Tech. Serv.

Küçükbakkalköy Mah.
Cem Sokak. No: 4
34750 Ataşehir / İstanbul · Türkiye

Tel. +90 216 - 470 49 49
E-mail bilgi@acendis.eu
Web www.acendis.com.tr

ACENDIS
Together. All the way.









6 **EMİN ÇAKMAK**
Sağlık Turizmini Geliştirme Konseyi Derneği Kurucu Başkanı

12 **ALİCE ABDİ**
EiR Medical Consulting Genel Müdür

16 **HASAN ARSLANYÜREĞİ**
Centrium Hospital Genel Müdürü

18 **MERİ İSTİROTİ**
Liv Hospital Grup Koordinatörü

Güçlü Olduğumuz 5 Segmente Ağırlık Vermeliyiz

Sağlık turizmi; Medikal Turizm, Dental Turizm, Spa ve Termal Turizm, Wellness Turizm, Gastronomi ve Sağlık Beslenme Turizmi, Spor Turizmi, Engelsiz Turizmi, İleri Aktif Yaşam Turizmi olmak üzere 8 segmentten oluşuyor. Sağlık Turizmini Geliştirme Konseyi Derneği Kurucu Başkanı ve Global Sağlık Turizm Konseyi Kurucu ve Onursal Başkanı Emin Çakmak: "Amman deklarasyonu ile birlikte sağlık turizm gelirlerimizi ve sayılarımızı bu segmentler dahilinde hesaplamamız ve pazarlama tanıtım çalışmalarını da bu segmentlere göre şekillendirmek gerekiyor." diyor.

Güçlü Bir Pazarlama Yatırımı: Etik & Güven

Hepimizin ortak çabası sonucu multi-disipliner bir endüstri olan "sağlık-turizmi" konusunda Türkiye'de geldiğimiz nokta ve başarılar dünyanın farkedeceği bir noktaya ulaştı. Evet artık Türkiye dünyanın sayılı tedavi destinasyonlarından biri olarak kabul ediliyor ve bu konuda saygın bir yer edindi kendine.

Yurdun her yanındaki yüzlerce sağlık kurumu, onlarca farklı ülkeden gelen binlerce hastaya nitelikli saglık hizmeti sunuyor.

Bağımsız Marka Tanıtımlarının Ötesinde Ulusal Güç Birliğinin Zamanı Geldi

Klişedir belki ama İsviçre saati, Japon teknolojisi ya da Alman arabası denilince ilk akla gelen imajin "Türk Sağlığı" için de oturtulması en büyük global hayallerimizden biriydi. Bu amaçla geçen 10 senede ciddi emekler ve yatırımlar yapıldı.

Bakınca anlıyoruz ki bu uğurda geçen 10 sene, normal bir 10 sene değildi. Bu yoğun süreçte Afrika dahil çok sayıda kıtadan onlarca ülkeye sayısız kez gidildi, yüzlerce ofis onlarca şehirde hastanelerimiz temsil edildi.

Sağlık Turizminde Kişi Başı Gelir, Tatilcilere Göre 12 Kat Fazla

Türkiye yıllar içinde gelişen bir pazar oldu. Türkiye'nin turizm destinasyonu olarak son yılların revaçta ülkesi olması ve her geçen gün bu anlamda dünyada tercih edilen bir destinasyon haline gelmesi son derece olumlu bir gelişme. Medikal turizm kavramının gelişmesiyle global sağlık hizmetleri sektörü de ciddi bir değişim içine girdi.

İÇİNDEKİLER



YUNUS GÜRKAN
Wellness ve Termal Sağlık Turizminde Global Perspektif 54

26 Medikal Turizminde Global Perspektif







22 **TAYFUN ÇELİK / RÖPORTAJ**
Türkiye Merkezli PRS Medya ve Dubai Merkezli Global Media Solutions (GMS) Kurucusu
Sağlık Turizmine Bir Destek de Katarlı Al Jazeera Kanalından

50 **Prof. Dr. DİLAVER TENGİLİMOĞLU**
Türkiye Sağlık Turizmi Derneği Gn. Sekreteri ve Atılım Üni. Sosyal Bilimler Ens. Müdürü
Sağlık Turizmi için Dünya Kuşadası'nda buluştu

62 **İLYAS BENVENİSTE**
Uluslararası İş Geliştirme Direktörü
Acıbadem Health Point: "22 ülke 34 şehirde toplam 38 noktada"









30 **ARZU ÖZSOY SUEL**
WhereToCure Kurucu

34 **Prof. Dr. OĞUZ ÖZYARAL**
İstanbul Rumeli Üniversitesi Sağlık Bilimleri Yüksekokulu

42 **Uz. Dr. M.FATİH SOMUNCU**
Ankara Sağlık Turizmi Derneği Kurucu Başkanı / Ankara Sağlık Turizmi Derneği YK Başkanı

48 **OĞUZ ENGİZ**
Ankara Sağlık Kuruluşları Derneği Başkanı

Sağlık Turizmine İnsani Dokunuş

Dijitalleşmenin gücüne sonsuz inanan biri olarak size son dönemde yaptığım okuma ve araştırmaları anlatmak isterdim. Yapay zeka, derin öğrenme, büyük veri analitiği ve sanal gerçekliğin sağlık sektörü ile olan entegrasyonu ve daha bir çok heyecan verici gelişme yaşanıyor. Ancak 3D yazıcılar ile organ baskısı yapılan, narkozsuz ameliyatlarda hastayı ortamdan uzaklaştırabilmek adına kullanılan sanal gerçeklik gözlükleri kullanılan bir dönemde, cerrahi benzetim, görselleştirme (sanal endoskopi, kolonoskopi), sanal gerçeklik yolu ile uygulanan psikolojik tedavilerin konuşulduğu bir dönemde gittikçe geri planda kalan "insani dokunuş"dan bahsetmek istiyorum.

Sağlık Turizmi Sektöründe Pazar Arayışlarına Güncel Bir Bakış

Sağlık turizmi, bir kişinin refahının zihin ve vücut bakım, iyileştirme ya da yenilenmesi için yerel çevrenin dışındaki organize seyahat olarak tanımlanıyor. Medikal turistler bir çeşit tıbbi tedavi almak için uluslararası sınırları aşıyorlar. Bu durum daha çok, kişinin kendi isteği doğrultusunda hareket eden hastaya karşılık geliyor. Dolayısıyla Sağlık turizmi; "Sağlığı koruma, iyileşme amaçlarıyla belirli bir süre için (genellikle 21 gün) yer değiştiren insanların doğal kaynaklara dayalı turistik bir tesise giderek kür uygulaması, konaklama, beslenme ve eğlence gereksinimlerinin karşılaması sonucu doğan hareketlerdir diyebiliriz.

Sağlık Turizmi: Cari Açığın Kapatılmasında En Elverişli Alan

Klişedir belki ama İsviçre saati, Japon teknolojisi ya da Alman arabası denilince ilk akla gelen imajin "Türk Sağlığı" için de oturtulması en büyük global hayallerimizden biriydi. Bu amaçla geçen 10 senede ciddi emekler ve yatırımlar yapıldı.

Bakınca anlıyoruz ki bu uğurda geçen 10 sene, normal bir 10 sene değildi. Bu yoğun süreçte Afrika dahil çok sayıda kıtadan onlarca ülkeye sayısız kez gidildi, yüzlerce ofis onlarca şehirde hastanelerimiz temsil edildi.

Sağlık Turizminde Nitelikli İnsan Kaynağı İhtiyacı Alarm Veriyor

Ülkemizdeki sağlık kuruluşlarını tercih eden yabancı hastaların sayısı her geçen gün artmasına rağmen bu hastaları ele alacak yetişmiş insan gücü sayısında yeterli artışın sağlanamadığı iletiliyor. Uzmanlar, bu eksikliğin ileride önemli sorunlara yol açabileceği ve Türkiye'nin sağlık turizminde hedeflediği başarıyı yakalamasına engel olabileceğine dikkat çekiyor. Halen ağırlıklı olarak özel hastanelerde tedavi gören yabancı hasta sayısının devreye girecek şehir hastaneleri ile önemli ölçüde artması bekleniyor.





İMTİYAZ SAHİBİ VE SORUMLU YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ	UHS Eğitim, Danışmanlık, Yayıncılık ve Ticaret Limited Şirketi Adına M. Yavuz Engiz yavuzengiz@hospitalmanager.com.tr
YAYIN KURULU	Prof. Dr. Melih Bulut Prof. Dr. Barış Diren Prof. Dr. Metin Çakmakçı Prof. Dr. Mithat Kıyak Uzm. Saliha Koç Yelda Ulu Colin Elvan Atalay Özgür İncekara Semra Baysan Oğuz Engiz
GENEL YAYIN YÖNETMENİ	Ayşenur Asuman Uğur asuman@hospitalmanager.com.tr
GÖRSEL YÖNETMEN	Aykut Koçoğlu info@hospitalmanager.com.tr
YÖNETİM ADRESİ	Kuleli Sokak No: 57/1 G.O.P. Ankara T. 0312 446 91 14 F. 0312 446 91 17 www.hospitalmanager.com.tr
REKLAM REZERVASYON	T. 0312 446 91 14 F. 0312 446 91 17 info@hospitalmanager.com.tr
YAYIN TÜRÜ	Yerel Süreli
BASIM YERİ	TŞOF Trafik Matbaacılık A.Ş. Sincan Org. San. Böl. Prof. Dr. Orhan Işık Cd. No: 3 Sincan - Ankara Tel: (0.312) 267 08 97
BASKI TARİHİ	Ağustos 2018

hospitalmanager
UHS Yayıncılık Ltd. Şti. tarafından T.C. yasalarına uygun olarak yayımlanmaktadır.

Derginin isim ve yayın hakkı M.Yavuz Engiz'e aittir. Dergide yayınlanan yazı ve fotoğrafların her hakkı saklıdır. Reklam sayfalarının içeriği ve markalar konusunda sorumluluk reklam verene aittir.

Kalkınmaya etkisi ve 2023 hedefi ile: "20 Milyar Dolar ve 2 Milyon Yabancı Hasta"

AYŞENUR ASUMAN UĞUR - Genel Yayın Yönetmeni
www.asumanugur.com



Günümüzde sağlık merkezlerinin başarısı; sadece tıbbı hizmetlerlerin iyi olması ve yüksek hasta memnuniyetiyle değil, sağlık turizmi alanında yaptığı çalışmalarla da ölçülüyor. Son 10 yılda sağlık turizmi alanında Türkiye'nin dünya sıralamasında sayısal bakımdan 5 ve gelir bakımından ise 3. sıraya yerleştiği bildiriliyor.

Sağlık turizminde kişi başı gelir tatilcilere göre 12 kat daha fazla ve bu sektör toplam turizmden daha hızlı büyüyor. Her yıl yurt dışından 500 bin kişiden fazla sağlık turisti Türkiye'ye tedavi amacıyla gelirken, son açıklanan rakamlara göre; 2017 yılında bu rakam 700 bine ulaşmış durumda. Ekonomi Bakanlığı'nın dünyada eşi benzeri olmayan, özel sektörü motive eden ve sağlık sektörün gelişimi için teşvikler sağladığı bu dönemde, bu 700 bin hasta ise başta medikal ve dental olmak üzere, termal turizm, wellness turizmi, sağlık için spor turizmi, sağlıklı beslenme turizmi, engelsiz turizm, ileri yaş turizmi olmak üzere toplam 8 segmenti kapsayan bir hizmet yelpazesinde Türkiye'ye geliyor. Bu tabloya göre; en güçlü olduğumuz segmentlere ağırlık verilmesi gerekirken, bir yandan da güçlü olmadığımız ama termal turizm gibi potansiyeli yüksek ve geliştirilmesi gereken alanların da güçlendirilmesi gerekiyor.

Türkiye, coğrafi konumu ile Avrupa ve Asya'yı birbirine bağlayan, birçok ülkeden uçakla kısa sürede ulaşılabilecek bir konumda olması, maliyet avantajı, verdiği hızlı ve kaliteli hizmet ve başka yerlerde çözüm bulunamamış vakalar için aldığı başvurularla da yurt dışından gelecek hastalar için oldukça önemli bir lokasyon ve bir cazibe merkezi. Ayrıca başarılı hekimleriyle ve kullandığı yüksek teknoloji ve uluslararası standartlardaki yeni hastane yatırımlarıyla da tıbbi gelişmelerde öncü konumunda bir ülke.

En çok obezite cerrahisi, estetik cerrahi, organ nakilleri, onkoloji, göz, ortopedi ve tüp bebek alanlarında hasta gelen Türkiye'ye en çok başvuru Balkan ülkeleri başta olmak üzere birçok Ortadoğu ülkesi ve CIS ülkelerinden geliyor. Ayrıca Avrupa'dan özellikle estetik ve diş tedavisi için gelen hasta sayımız da hatırı sayılır bir düzeyde ve ülkelerinde zayıf ya da çok pahalı olan tıbbi branşlardan başvurular da fazla oluyor.

******

Tek elden pazarlama

20 Milyar Dolar ve 2 Milyon yabancı hastanın gelmesinin hedeflendiği 2023 yılına yaklaşırken her alanda olduğu gibi sağlık turizmi alanında da ulusal güç birliğinin zamanı geldi. Bu yönde sağlık turizminin geliştirilmesine yönelik çalışan birçok organizasyon, sağlık turizminde ayrı ayrı değil birlikte hareket etmenin avantajlarına dikkat çekiyor. Özel ve devlet hastanelerinin pazarlamasının yurt dışında tek elden yapılması, bireysel hareket ve pazarlama anlayışından birlikte hareket etme yoluna geçilmesinin önemi de vurgulanırken; bu durumun da işgücü ve bütçe israfına engel olacağı da kesin.

******

Yeni yönetmelik

7 Temmuz'da uygulamaya geçen yeni sağlık turizmi yönetmeliği de bu dönemde sektörün gündeminde yer alıyor. Yürürlüğe giren yönetmeliğin maalesef sektörün arzu ettiği niteliği taşımadığı ve sektörün önünü açması gerekirken bilakis sektörün önüne setler çektiği yönünde açıklamalar yapılırken, en büyük tepkilerden biri de yönetmelikteki bazı maddelerden dolayı legal olan çalışmaların illegale doğru kayabilme tehlikesi. Merdiven altında birçok uygulama yapılabilmesine meydan vermesi.

Bu sayımızda 8 segmenti ile, kalkınmaya etkisi, 2023 hedefleri ve diğer yönleriyle sağlık turizmi dosyasını açtık. İlgi ve beğeninize sunuyoruz. Katkıda bulunan sektörün kıymetli temsilcilerine de teşekkür ediyoruz.

******

Yeni Sağlık Bakanı ve sağlık turizmi

Yeni Sağlık Bakanımız Dr. Fahrettin Koca'nın sahibi olduğu hastane grubu Türkiye'nin yurt dışından hasta getiren hastaneleri arasında yer alıyor. Bu tecrübe ve yeni bir vizyonla da Türkiye'nin sağlık turizminde önde gelen medikal ve dental alanların yanında, termal turizm, wellness, **spor turizmi,** sağlıklı beslenme, engelsiz ve ileri yaş turizmi alanlarıyla 8 segmentten oluşan bu alanı, özel sektör ve kamu ile birlikte 2023 hedefleri doğrultusunda ileri taşıyacağına, 20 Milyar dolar ve 2 Milyon yabancı hasta hedeflerine ulaştıracağına inanıyoruz.

Dr. Fahrettin Koca'nın Sağlık Bakanı seçildikten sonra yaptığı ilk açıklamaları da vurguladığı önemle birlikte satırlarımıza taşıyalım:
"Sağlıkta Dönüşüm Reformu'nu daha ileri noktalara taşımayı, sosyal devlet olma bilinciyle halkımızın sağlık hizmetlerine en kolay ve verimli şekilde ulaşmasını sağlamayı, hasta memnuniyetini öncelemeyi bir insan hakları konusu olarak gördüğümü, tüm çalışmalarımızı bu vizyonla yürütme çabası içinde olacağımı ifade etmek isterim. Bu yolda elde ettiğimiz ve edeceğimiz başarıların başta doktorlar olmak üzere her kademedeki sağlık çalışanımızın gayreti, azmi ve fedakarlığı üzerine kurulu olduğuna inanıyorum. Onların gayretleri kadar memnuniyeti de bizim gücümüzü oluşturacaktır. Yeni dönemin vatanımıza ve milletimize hayırlar getirmesini dilerim. Allah mahcup etmesin."
hospitalmanager ailesi olarak kendisine ve ekibine hayırlı olsun dileklerimizi iletiyoruz. Ülkemiz için de hayırlı olsun.

******

Sirenler sağlık çalışanları için çalıyor!

"Sağlık turizmi" sayımız yayına hazırlanırken sağlıkta şiddet olayları haberlerini de peş peşe aldık. Her seferinde artarak devam etmemesini dilediğimiz halde şu anda bu olayları pek engelleyebildiğimiz söylenemez. Bu haberlerle farkındalık ve hassasiyet artsa da, kamuoyu oluşturulsa da gündemde tutulsa da acilen nedenlerinin ortadan kaldırılıp çözüm üretilmesi, tedbir alınması gerekiyor. Bu kez ambulans sirenleri adeta "sağlık çalışanları" için çalıyor. "Koruyucu sağlık", "koruyucu hekimlik" diyoruz ya işte "sağlık çalışanlarını koruma" politikalarının da bir an evvel hayata geçirilmesi ve sürdürülebilir hale getirilmesi gerekiyor. Türkiye'nin batısında ve doğusunda; kuzeyinde ve güneyinde onların güvenilir ortamlarda çalışmalarını sağlamak herkesin görevi. Onların motivasyonu düşük olursa, mesleklerini korku içinde yaparlarsa ve tüm vatandaşlar için sağlığın korunması, geliştirilmesi ve sürdürülmesi konusunda daha çok çalışma yapılmazsa; gerek teknoloji, gerek insan gücü ve gerekse sağlık merkezlerine yapılan diğer tüm yatırımlar pek de karşılığını bulamayacaktır.

İnsan yaşatılacak ki, devlet yaşatılabilsin...

******

SON OLARAK...

Yeni yıl dileklerimi de yılın ilk yarısını tamamladıktan sonra tekrar yinelemek istiyorum.

"İşinizi sevin veya sevdiğiniz işi yapın. **Zamanın değerini bilin.** Durmadan, tükenmeden çalışmaya ve öğrenmeye devam edin. Okuyun. **Bir dili iyi öğrenin ve sosyal olun.** Hayal edin. İşinizi yaparken **meraklı olun.** Duymayı ve **dinlemeyi** bilin. **Anlaşılmaktan çok, anlamaya odaklanın.** Çok sesli ve biz diyebilenlerden olun. Güven verin, dedikodu yapmayın. **Gülümseyin, selam verin. Ön yargılı olmayın**. İşbirliğine açık olun. Umudunuzu yitirmeyin. Tarz sahibi ve **orijinal olmaya** gayret edin. **İlişkilerde açık,** dürüst ve etik olun. **İtibar kaybetmektense görev, mevki ve para kaybetmeyi göze alın.** Açık fikirli ve hoşgörülü olun. Teknoloji kadar insan kaynağına da yatırım yapın. Yönetimde rol alın ama rol çalmayın. **İletişim becerilerinizi artırın.** Hastaları asla ilgisiz bırakmayın. Toplumda iyilik hali kurmaya yardımcı olun. **Kamu özel ayırımı yapmadan kamu yararını düşünün.** Müzakere ve uzlaşı ustası olun. **İyi bir aile kurun.** Akrabalık ve arkadaşlık ilişkilerini iyi tutun. **Sadık ve güvenilir olun.** Yardımda bulunun. Bir ya da birden çok sivil toplum kuruluşunda **gönüllü çalışmalar yapın. Para odaklı değil, başkalarına hizmet odaklı yaşayın.** Mis kokun, güven kokun. **Verdiğiniz sözleri tutun.** Saygılı olun. H**er şeyi zerafetle yapmaya çalışın**. Merhametli, şefkatli ve vefalı olun. Güçlüye köle olmayın, mazlumu köle yapmayın. **Sır tutun.** Aşık olun, cesur olun. **Sevmekten korkmayın.** Karşılık beklemeden sevebilenlerden olun. Bir hobi edinin. İnsanların zaaflarını kullanmayın**. Görgü kurallarını bilin.** Çocuklara ve yaşlılara umut olun. Sevgiyi ve acıyı paylaşmak için elinizden geleni yapın. **Hayvanları sevin,** onlarla da paylaşın. Hediyeleşin. **Cimri de olmayın,** israf da etmeyin. **Temiz olun**. Su için, az yiyin. **Daha çok yürüyün.** Hayat amacınızı bir daha gözden geçirin ve **sabırlı olun**."

Ve bir sonraki sayımıza dek tam iyilik halinde kalın.
Saygılarımla...

Güçlü Olduğumuz 5 Seg

EMİN ÇAKMAK - SAĞLIK TURİZMİNİ GELİŞTİRME KONSEYİ DERNEĞİ KURUCU BAŞKANI
GLOBAL SAĞLIK TURİZM KONSEYİ KURUCU VE ONURSAL BAŞKANI



EMİN ÇAKMAK

Sağlık turizmi; Medikal Turizm, Dental Turizm, Spa ve Termal Turizm, Wellness Turizm, Gastronomi ve Sağlık Beslenme Turizmi, Spor Turizmi, Engelsiz Turizmi, İleri Aktif Yaşam Turizmi olmak üzere 8 segmentten oluşuyor. *Sağlık Turizmini Geliştirme Konseyi Derneği Kurucu Başkanı ve Global Sağlık Turizm Konseyi Kurucu ve Onursal Başkanı Emin Çakmak:* "Amman deklarasyonu ile birlikte sağlık turizm gelirlerimizi ve sayılarımızı bu segmentler dahilinde hesaplamamız ve pazarlama tanıtım çalışmalarını da bu segmentlere göre şekillendirmek gerekiyor. Bu nedenle bizler 8 segment içinde güçlü olduğumuz 5 segmenti ele alarak kısa, orta ve uzun vade pazarlama ve tanıtma çalışmalarımızı buna göre yapıyoruz" diyor.

Kısaca bize THTC Sağlık Turizmini Geliştirme Konseyi Derneği hakkında bilgi verebilir misiniz?

THTC Sağlık Turizmini Geliştirme Konseyi 2005 yılında 32 kurucu üye ile tüm sağlık turizm paydaşla-

mente Ağırlık Vermeliyiz

rının katılımı ile kuruldu, 5 yılda üye sayımız 375 ulaştı ve bugün geldiğimiz noktada 91 ülkede 165 temsilcilik ofisi olan bir yapıya ulaştık. Agresif bir pazarlama ve tanıtım programı yaptık, kısa, orta ve uzun vade planlarımızı yapıp uygulamaya başladık.

Bugüne kadar 13 yılda 500'ü aşkın, yurtdışında ve yurtiçinde pazarlama ve tanıtım etkinlikleri gerçekleştirmişiz, özellikle Ekonomi Bakanlığı'nın 2012/4 sağlık turizm teşviklerinin hayata geçmesiyle birlikte bizler de yurtdışı tanıtım ve pazarlama faaliyetlerimize hız verdik.

Sağlık turizminin geldiği son durumu nedir?

10 yıllık yoğun bir çalışma sonucu ülkemizin dünya sıralamasında sayısal bakımdan 5. ve gelir bakımından ise 3. sıraya yerleşmesini sağladık. Bu başarıyı elbette bir ekip çalışması sonucu başarabildik, gerek konseyimizde gönüllülük esasına dayalı çalışan ve destek veren YK ve İcra kurulumuz ile konsey üyelerimizin birlikte hareket etmesi, devletimizin gücünü arkamızda hissetmemiz ve milli hava yolumuz THY'nin 300'den fazla destinasyona direk uçuyor olmasıyla bu başarılara ulaşılmıştır. 2017 yılını 756 bin hasta ve 7.2 milyar dolar ile kapadık, 2018 yılını ise 800 bin hasta 8 milyar dolar gelir ile kapatmayı hedefliyoruz.

Devlet teşviklerinde bir değişiklik oldu mu?

Devlet teşviklerinde 2012/4 teşviklerimiz 2015'de revize edilerek 2015/8 olarak yeniden yürürlüğe girdi, ancak son dönemlerde sık sık uygulama ve esaslarında bazı kısıtlamalar ve değişiklikler yapıldı, bu da bizlerin yurtdışı pazarlama hızımızı kesti. Örneğin, yabancı alım ve ticari heyetlerde ön onay başvuru süresi 30 günden 60 güne çıkarıldı ve bu tür faaliyetlerde yapılan ikramlar kaldırıldı ve kısıtlandı, ayrıca sektörel ticaret heyetlerinde en az 5 kurum şartı varken en az 8 kuruma yükseltilmesi de sektörel ticaret heyeti organizasyonlarımızı sekteye uğratmıştır. Burada yapılan hata şudur, ilk başta sağlık turizm teşvikleri çıkartılırken özel sektörü toplayıp bakanlığımız bizlerle istişare içerisinde çalışma yapıldı ve teşvikler çıkartıldı, ancak son dönemlerde yapılan değişikliklerden yapıldıktan sonra haberimiz oluyor ve bu da sektörün gelişimini olumsuz etkiliyor.

Benim Ekonomi Bakanlığımız bürokratlarından istirhamım bizlerle yani özel sektörle ne kadar yakın istişare içerisinde olup bu tür revizeleri bizlerden de görüş alarak yaparlarsa çok daha verimli ve başarılı oluruz. Milletçe ve sektörce. Sonuç itibariyle hepimiz ülkemizin milli menfaatleri için çalışıyoruz ve ülke milli menfaatimize olacak her türlü çalışmayı ilgili birimle birlikte yapmamızda yarar var, yani biz yaptık oldu demek lazım ve böyle yapmamak lazım.

Ekonomi Bakanlığımız dünyada eşi benzeri olmayan, özel sektörü motive eden ve sektörün gelişimini sağlayan teşvikler sağlıyor. Elbette bundan dolayı devlet büyüklerimize ve Ekonomi Bakanlığımıza şükranlarımı sunuyorum.

7 Temmuz'da uygulamaya geçen Sağlık Bakanlığı yeni sağlık turizm yönetmeliğini nasıl buldunuz?

Aslında uzun zamandır bizlerin de istediği, sağlık turizminin bir yönetmeliği olmasını, sektörü kontrol edecek düzenleyecek ve denetleyecek standartların belli olmasını bizler de çok arzu ettik, ancak bu noktada yine Sağlık Bakanlığı bürokratlarımız özel sektöre sormadan ve istişare etmeden yönetmeliği hazırladılar ve çıkarttılar. Yürürlüğe giren yönetmelik maalesef sektörün arzu ettiği nitelikleri taşımıyor, sektörün önünü açması gerekirken bilakis önüne setler çekiyor. Yönetmelik yayınlanır yayınlanmaz özel sektör, STK temsilcileri ile bir araya geldik ve Sağlık Turizm Platformu'nu "STP"nin 7 dernek üye ile kuruluşunu yapıp hemen 7 dernek başkanın imzası ile yönetmelik ile ilgili tüm maddeleri üzerinde görüşlerimizi ve yapılması gereken revizeleri Sağlık Bakanlığına ilettik, ancak halen taleplerimiz değerlendirilip bir düzenleme yapılmadı. 7 Temmuz'dan itibaren bu yönetmeliğe uygun olmayan kurumlar sağlık turizmi yapamayacak demektir, bu durumda legal olan çalışmaları illegal lige itmiş oluyoruz, bizlerin arzusu sağlık turizm uygulamalarını merdiven altından kurtarmak iken şimdi bu durumla yeniden merdiven altına inmeye zorluyoruz. Umarım bir an evvel özel sektörün sesine kulak verip yeniden bir çalışma yapılarak sektörün gelişimini sağlayacak ve standartlarını belirleyecek bir yönetmeliğe kavuşturmayı temenni ediyorum.

Örneğin, sağlık turizm aracı kurumlarının TÜRSAB üyesi olması şartı var. TÜRSAB üyesi olduğunuzda tam gün doktor istihdam etme, 7/24 çağrı merkezi kurma ve en az 65 puan almış yabancı dil bilen personeller istihdam etme zorunlulukları bu işin gelişimine



engel olacak. TÜRSAB üyeleri bu kriterleri yerine getiremeyecekleri için de sağlık turizm aracı kurumları yurtdışına giderek oradan hastalarını direk hastanelere refere etme yollarını arayacaklar. Bu da ülkemizde vergi kaybına neden olurken, sağlık turizmi pazarlama bacağını oluşturacak sağlık turizm acentalarının gelişimini engelleyecektir.

Sağlık hizmeti sunan paydaşların sağlık turizminde rolü ne olmalı?

Özel sektör paydaşlarımız toplu hareketle, daha güçlü pazarlama ve tanıtım organizasyonlarına katılmak yerine son dönemlerde bireysel pazarlamaya ağırlık veriyorlar. Bu nedenle daha fazla bütçe harcanarak daha az gelir elde ediliyor. Halbuki devletimizin sağladığı teşvikler ile birlikte hareket ederek ve daha büyük organizasyonlar yaparak daha etkili pazarlama yapılması ülkemizin tanınması ve markalaşmasında daha etkili olacaktır. Ayrıca bütçeler de bu şekilde daha verimli kullanılacaktır. Büyük zincir hastanelerimiz birbirleriyle bir yarış içerisindeler ve her biri ayrı ayrı yurtdışı birim açma yoluna giderek hem işgücü hem de bütçe israfına neden oluyor. Gelişmiş ülkelere baktığımızda Almanya, G. Kore, Tayland, Singapur ve Malezya yurtdışı birimlerini bizler gibi konseyler aracılığı ile tek bir ofisten ve birimden idare ederek genel pazarlama yapıyorlar. Bakıldığında Almanya bu çalışmalar sonucu sayısal bakımdan 2. sırada ve Tayland ise 3. sırada. Hastanelerin gelen hasta memnuniyeti ve iç operasyonlarını güçlendirmeleri yerine, ayrıca pazarlama ekipleri kurup ülke ülke dolaşmaları kısa vadede sonuç verse de aslında uzun vadede kaybettirecektir. Bu nedenle özel ve devlet hastanelerimizin pazarlaması tek elden yurtdışında yapılmalı ve birlik beraberlik sağlanarak uzun vadede daha verimli çalışmaların başlatılması gerekiyor.

Sağlık turizmdeki hedeflerin tutturulması için devlet ve özel sektör ne yapmalı?

Devlet işin destekleme ve denetleme tarafında olmalı ve ilgili yönetmelikleri ve teşvikleri özel sektör ile birlikte istişare ederek yeniden düzenlemeli. Daha az bütçelerle, daha etkili tanıtım ve pazarlama yapılmasının da önünü açması gerekiyor. Özel sektör de ilgili bakanlıklarla daha yakın işbirliği içerisinde olmalı ve üyesi olduğu STK'lara destek vererek güçlenmelerini sağlaması gerekiyor. Bireysel hareketlerden, pazarlama anlayışından; birlikte hareket etme ve pazarlama yoluna geçmemiz gerekiyor. Dışişleri bakanlığımıza ve içişleri bakanlığımıza önemli görevler düşüyor, örneğin Hindistan 165 ülke vatandaşına tedavi "sağlık vizesini" e-vize olarak veriyor, bizler ise sadece Libya ve Irak vatandaşları için S1 e-vize uygulaması yapıyoruz. Şayet ülke ve sektör olarak 2023 yılında 2 milyon sağlık turisti ve 20 milyar dolar elde etmek istiyorsak bizler de Hindistan gibi S1 sağlık vizesini 165 ülkede uygulanır hale getirmeliyiz. Bunları yaptığımız takdirde de hedeflerimize ulaşmak için hiçbir engelimiz kalmayacaktır.

24 Mart'ta kurulan "Hizmet İhracatçılar Birliği"sektör için ne anlam ifade ediyor?

Ülke olarak en önemli gücümüz hizmet ihracatı. Devletimizin koymuş olduğu 2023 hedefi ile de 500 milyar dolar ihracatımızın 150 milyar dolarının hizmet ihracatından elde edilmesi hedefleniyor. Bunun için hizmet ihracatçıları birliğinin kurulması aslında geç kalınmış bir durum ancak gecikmeli olsa da kurulmuş olması memnuniyet verici. Bu birliğin 17 Mayıs'ta genel kurulu yapıldı ve seçimleri gerçekleştirildi, ancak yönetim kuruluna sağlık turizmini temsilen kimse giremedi ve seyahat acentalarını temsil eden kimse alınmadı. Aslında sağlık turizmi hizmet ihracatında en hızlı büyüme gösteren sektör olmasına rağmen hizmet ihracatçılar birliği yönetim kurulunda temsil yeri verilmemiş olması önemli bir kayıp. Bu nedenle gelecek 4 yıllık süreçte hizmet ihracatçıları birliğinden çok fazla umudum yok. Bu tür birliklerde görev yapacak temsilcilerin kartvizit için değil gerçek anlamda katkıda bulunmak için bu tür görevlere talip olmaları gerekirken maalesef hizmet

ihracatçılar birliğimizin yönetim kurulu teşkili tam da bunun aksine çok üst düzey holdinglerin başkanlarından, zaten kendi işleri nedeni ile çok yoğun ve ulaşılması zor insanlardan oluşuyor. Çok şey ifade edebilecekken ve çok faydalı olabilecekken şimdi tam tersine bizim sektörümüz adına bir kayıp haline gelmiştir.

Sağlık turizminde mevcut pazarlarımız nereler? Yeni hedef pazarlarımız nereler olmalı?

Bizler faaliyetimize başladığımızda önce ilk 5 yılımızda Körfez ve Ortadoğu pazarına yoğunlaştık. Sonraki 5 yıl için orta vade planlarımızda Avrupa ve BDT ülkeleri vardı 2. dönem olan 5-10 yılımızda bu bölgelere yoğunlaştık ve 3. dönemimiz olan 10 -15. yılımızda ise hedefimiz Afrika ve Uzakdoğu olarak yoğunlaşmak. Afrika ve Uzakdoğuda büyük pazar olmasına rağmen Dışişleri ve İçişleri Bakanlığı'mızın uyguladığı vize recmi nedeni ile çok zorlanıyoruz. Örneğin, bir Afrikalı hastam 2 ay bekliyor T.C. vizesini almak için. Ama aynı hasta Hindistan'dan 24 saatte e-vize alıyor. Yahut Tayland'a vizesiz gidiyor veya Schengen ülkelerinden 3 günde Schengen vizesi alabiliyor. Bizim temsilciliklerimizden ise 3 - 60 günde ancak alabiliyorlar. Bizlerin gelecekte en önemli ve en büyük pazarları Afrika ve Uzakdoğu olacak. Bu nedenle S1 e-vize uygulamasını tüm dünya ülkelerinde uygular hale getiremezsek yeni hedef pazarlarda büyümemiz ve pay almamız imkansız gibi bir durum. Ümit ediyorum ki ilgili bakanlıklarımız koordinasyon içerisinde bu meseleye eğilip bir çözüme kavuştursunlar.

GHTC Global Sağlık Turizm Konseyi'nin Amman Deklerasyonu doğrultusunda sağlık turizminin 8 segmentinde gelişmeler ve hedefler nedir?

GHTC 2013'de Monaco Montecarlo'da 38 ülkenin katılımı ile THTC'nin yani Türkiye'nin çağrısı ile toplandı. Türkiye, GHTC Global Sağlık Turizm Konseyi'nin 12 kurucu üye ülkelerinden birisi ve GHTC'nin merkez ofisi bizim girişimlerimiz sonucu İstanbul'da. Türkiye birinci dönem başkanlığını yaptı ve ben kurucu ve 1. dönem başkanı olarak görev yaptıktan sonra onursal başkan olarak halen desteğimizi devem ettiriyorum. 2. dönem başkanlığına ise Ürdün seçilirken, 3. dönem başkanlığına da Dubai seçildi. Son olarak ise 7 Nisan'da Antalya'da HESTOUREX vesilesi ile 4. genel kuruluna ev sahipliği yaptık. Ayrıca bu dönemde Azerbaycan 4. dönem başkanlığına KKTC, Almanya, Hindistan, Hırvatistan, Gürcistan ise başkan yardımcılığına seçildiler.

2017'de düzenlenen GHTF Global Healthcare Travel Forum'da Amman deklarasyonuna tüm üye 57 ülke imza atarak sağlık turizminin 8 segmentten ibaret olduğu kabul edilmiştir.

1. **Medikal Turizm**
2. Dental Turizm
3. **Spa ve Termal Turizm**
4. Wellness Turizm
5. **Gastronomi ve Sağlık Beslenme Turizmi**
6. Spor Turizmi
7. **Engelsiz Turizm**
8. İleri Aktif Yaşam Turizmi

Artık bu segmentlerin hepsi sağlık turizm şemsiyesi altında yer alıyor. Amman deklarasyonu ile birlikte sağlık turizm gelirlerimizi ve sayılarımızı bu segmentler dahilinde hesaplamamız ve pazarlama tanıtım çalışmalarını da bu segmentlere göre şekillendirmek gerekiyor. Bu nedenle bizler 8 segment içinde güçlü olduğumuz 5 segmenti ele alarak kısa, orta ve uzun vade pazarlama ve tanıtma çalışmalarımızı ise buna göre yapıyoruz.

Ülke olarak güçlü olduğumuz Medikal Turizm, Spa ve Termal Turizm, Engelsiz Turizm, İleri Aktif Yaşam Turizmi ve Spor Turizmi segmentlerine yoğunlaşmış durumdayız ve bunların gelişimine ve tanıtılmasına yönelik planlarımızı yapıyoruz.

Devlet - özel sektör yatırımı olan şehir hastanelerinin sağlık turizmindeki yeri nasıl konumlandırılmalı?

Şehir hastanelerimiz hızla sağlık turizmine entegre edilmeli. Özel sektör hastanelerimizin uyguladıkları fiyatlardan dolayı kabul edilemeyen ve Uzakdoğuya kaptırdığımız büyük bir potansiyelin de bu nedenle geri kazanılma şansı olacaktır. Özel sektör hastanelerimiz SÜDx7-9 ile fiyatlandırma yaparken şehir hastanelerimiz SÜDx3-4 oranında fiyat politikası izlerse orta ve düşük gelirli BDT, Afrika ve Uzakdoğulu hastaları ülkemize çekebiliriz. PPP hastane yatırımcılarına devletimizin vermiş olduğu hasta garantileri hususunda da önemli bir katkı yapmış oluruz. Biz konsey olarak şehir hastanelerimizin bir an evvel sağlık turizm portalımız olan www.map2heal.com'a dahil olarak gelen hasta taleplerine teklif vermelerini ve hasta almaların arzuluyoruz. Bu hususu birkaç kere Sağlık Bakanlığı'mıza iletmiş olsak da henüz bir ilerleme kaydedemedik. Umarım kısa sürede portalımıza entegre olarak şehir hastanelerimizi uluslararası hastalarımızın beğenisine sunarız.

Pazarlama ve tanıtımdaki yeni atılımlarınız ve çalışmalarınız nasıl gidiyor?

Son iki yıldır Dışişleri Bakanımız Mevlüt Çavuşoğlu'nun fikir babalığını yaptığı; HESTOUREX Dünya Sağlık, Spor ve Alternatif Turizm Kongresi ve Fuarı'nı başlattık. Geçen yıl Nisan ayında Dışişleri Bakanımızın himayelerinde 150 ülkeden 4 bin 30 alım heyetini Antalya'da ağırladık. Bu yıl da



Cumhurbaşkanımız himayelerinde 2. HESTOUREX fuarımızı yine Dışişleri Bakanımız destekleri ile Nisan ayında 165 ülkeden 5 bin alım heyeti ve 500 basın mensubu ile gerçekleştirdik. 5 - 8 Nisan 2019'da 3. HESTOUREX fuarımızı 190 ülke 6 bin alım heyeti 600 basın mensubu ile gerçekleştirmeyi hedefliyoruz.

Son 5 yıldır belirttiğim üzere termal turizminin gelişimi için tanıtımına ağırlık veriyoruz ve Haziran 2012'de Afyon'da 1.Uluslararası Termal ve Sağlık Turizm Zirvesi'ni 30 ülke 140 alım heyeti ile gerçekleştirdik. Geçen sene Ekonomi Bakanımız Nihat Zeybekçi himayelerinde Denizli'de Eylül 2017'de 50 ülkeden 250 alım heyeti ve 250 yerel seyahat acentamızı ağırlayarak 2.Uluslararsı Termal ve Sağlık Turizmi Zirvesi'ni gerçekleştirdik. Bu yıl ise Eylül 2018'de Sivas'ta 56 ülke den 450 alım heyeti ile 3. Uluslararası Termal ve Sağlık Turizmi Zirvesi'ni gerçekleştireceğiz.

Ekonomi Bakanlığımız teşvikleri ile her yıl dijital reklam ve tanıtımlar yapıyoruz. Hedef ülkelerimizde, son olarak geçen yıl kasım-aralıkta, Moldova - Gürcistan - Azerbaycan - Özbekistan - Kırgızistan - Tacikistan ve Kazakistan'da 7 BDT ülkelerinde web portallara ve sosyal medya ağlarında reklam kampanyamızı yaptık, bu yıl ise Afrika ülkelerinde benzer bir çalışma planlıyoruz.

13 yıldır Turizm Bakanlığımız ile sürdürdüğümüz turizm fuarları milli katılımlarında 15 il büyük fuarında THTC konsey olarak katılım sağlayarak ülkemizin bir sağlık turizm destinasyonu olduğunu anlatmaya ve tanıtmaya çalışıyoruz. Turizm Bakanlığımıza vermiş oldukları bu desteklerden dolayı sektörümüz adına teşekkür ediyorum.

Biraz da istatistiklerden ve dünya rakamlarından bahsedebilir misiniz ?

Dünyadaki sağlık turizm sayıları, rakamları ve yıllara göre gelişimi, yakın orta ve uzun gelecekte beklediğimiz gelişmeleri;

- 2005 15.000.000 96 milyar USD
- 2006 17.000.000 127 milyar USD
- 2007 21.000.000 165 milyar USD
- 2008 26.000.000 240 milyar USD
- 2009 28.000.000 350 milyar USD
- 2010 45.000.000 400 milyar USD
- 2012 50.000.000 448 milyar USD
- 2014 55.000.000 467 milyar USD
- 2016 59.000.000 575 milyar USD
- 2017 65.000.000 610 milyar USD
- 2025 75.000.000 750 milyar USD
- 2050 100.000.000 1 trilyon USD

Ülkemizde sağlık turizm sayıları ve gelişmeleri ve hedeflerimiz;

- 2005 126.000
- 2006 152.000
- 2007 204.000
- 2008 269.000
- 2009 350.000
- 2010 487.000 2.4 milyar USD
- 2011 586.000 3.5 milyar USD
- 2012 617.000 4.2 milyar USD
- 2013 656.000 4.6 milyar USD
- 2014 727.000 5.5 milyar USD
- 2015 746.000 5.2 milyar USD
- 2016 749.000 5.8 milyar USD
- 2017 765.000 7.2 milyar USD
- 2018 800.000 8.0 milyar USD
- 2023 2.000.000 20 milyar USD
- 2030 2.500.000 25 milyar USD
- 2050 5.000.000 50 milyar USD

Sayısal bakımdan dünya sıralaması;

1. ABD
2. Almanya
3. Tayland
4. Hindistan
5. Türkiye

Gelir bakımından dünya sıralaması;

1. ABD
2. Almanya
3. Türkiye
4. Tayland
5. Hindistan

Son olarak söylemek veya eklemek istediğiniz bir konu var mı?

Bu bilgileri sizlerin aracılığı ile sektörle paylaşmamıza vesile olduğunuz için teşekkür ediyorum. Başta Ekonomi Bakanlığı olmak üzere, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Sağlık Bakanlığı, Dışişleri Bakanlığı ve global markamız ve gururumuz milli hava yolumuz Türk Hava Yolları'na sağlık turizm sektörünün gelişimi için vermiş oldukları desteklerinden dolayı sektörüm ve şahsım adına şükranlarımı sunuyorum. ■

Turkish Healthcare
THTC
Turkey
Travel Council

- ✓ THTC Sağlık Turizm Konseyi 2005 yılında, Sağlık Turizminin 7 farklı paydaşlarından oluşan 32 kurucu üyesi ile kar amacı gütmeyen STK olarak faaliyetlerine başladı.
- ✓ 13 yıllık bir süre zarfında 375 kurumsal üye sayısına ulaştı, bu süre zarfında yurtdışında ve yurtiçinde, Ekonomi, Turizm ve Dışişleri Bakanlıklarımız ve THY işbirliğinde 500 yakın tanıtım faaliyet etkinliğine imza attı.
- ✓ Bugün 91 ülkede 165 network ofisleri ile ülkemizin sağlık turizm potansiyelini tanıtmaya ve ülkemize 100 binlerce sağlık turisti gelmesine destek ve yardımcı oluyor.
- ✓ 2013 yılında GHTC "Global Healthcare Travel Council" Dünya sağlık turizm konseyi kurucu üyesi oldu ve konseyin birinci dönem başkanlığını Türkiye ye kazandırdı 2013-2015.
- ✓ 2016 yılında dünyanın en gelişmiş sağlık turizm portalı olan www.map2heal.com hayata geçirdi ve üyelerimiz ile dünya daki network ofislerimizi online olarak birbirine bağladı.
- ✓ Turizm Bakanlığımız ile birlikte her yıl 30'a yakın milli fuar katılımlarında Türkiye sağlık turizmini tanıtımına devam ediyor.
- ✓ Ekonomi Bakanlığımız ile birlikte her yıl 10'a yakın Türkiye sağlık turizmini tanıtımı için sektörel ticaret ve alım heyetleri düzenlemeye devam ediyor.
- ✓ Son 2 yıldır www.hestourex.com Sağlık, Spor Alternatif Turizm Fuar ve Kongresinin düzenlenmesine ve gelişmesine destek veriyor.
- ✓ Son 5 yıldır Termal turizminin gelişmesi için uluslararası katılımlı zirvelerini düzenlemeye devam ediyor.
- ✓ 2016 yılından bu yana Dışişleri Bakanlığımız ile S1 Sağlık vizesi uygulaması ve üyelerimize Libya ve Iraklı hastaları için vize alım destek hizmetine devam ediyor.
- ✓ Hedef: 81 ilde sağlık turizmini geliştirmek ve Sağlık Turizmin 8 segmentin den ülke ekonomimize 2023 yılında 50 milyar dolar gelir sağlamak.
- ✓ Sizde bu hedeflere ulaşmak istiyorsanız ve Sağlık Bakanlığı Sağlık turizm akredite belgesine haizseniz? THTC konseyimize ücretsiz üye olup bu hizmetlerden yararlanabilir ve ülke ekonomimize birlikte katkı sağlayabiliriz.

"BİRLİKTE BAŞARABİLİRİZ"



thtdc.org

e-Mail: info@thtdc.org

map2heal.com



Güçlü Bir Pazarlama Yatırımı: Etik & Güven

ALİCE ABDİ - EİR MEDİCAL CONSULTİNG GENEL MÜDÜR

Hepimizin ortak çabası sonucu multidisipliner bir endüstri olan "sağlık-turizmi" konusunda Türkiye'de geldiğimiz nokta ve başarılar dünyanın farkedeceği bir noktaya ulaştı. Evet artık Türkiye dünyanın sayılı tedavi destinasyonlarından biri olarak kabul ediliyor ve bu konuda saygın bir yer edindi kendine.

Yurdun her yanındaki yüzlerce sağlık kurumu, onlarca farklı ülkeden gelen binlerce hastaya nitelikli saglık hizmeti sunuyor. Pazarlamanın artık bize yetmeyen "P"leri gibi hizmette fark yaratan hastanelerin yurtdışı departman çalışanları özellikli tecrübe gerektiren bu alanda en üst segment otellerdeki "concierge" hizmetiyle yarışacak hızda ve kalitede "geri-plan" desteği ile hasta memnuniyetine katkıda bulunuyor.

Ama süreçler kağıda çizilecek bir sema kadar net veya kolay değil. Her kültüre özgü ağırlanma beklentisi yaninda her profil ve gelir durumundaki hastaya yönelik "kişiselleştirilmiş tedavi" kadar "kişiselleştirilmiş hizmet" talebi her geçen gün daha çok istenen bir kriterden çok standart bir hizmet olma noktasına geliyor.

TUV, JCI, ISO kurumun DNA'sına da işliyor mu?

Peki tıbbi olan ve olmayan tüm süreçlerin ilerleyişinde "patient experience" denilen ve dünyada son trendlerden biri olan memnun ve geri gelecek hasta yaratmak noktasına kaç kurum yatırım yapıyor? Örneklersek hastaların ödemesinin şeffaf olmasının yetmediği veya şoförün zamanında hastayı karşıladığı veya bankoda az bekletilen hastaları kastedecek kadar dar olmayan bu konsept hasta merkezli ve 360 derece hizmetin her adımında memnuniyet ve tatmin sağlayan bir bakış açısıyla kurumun her çalışanının benimsemesi gereken bir anlayışa dönüşmeli.

Bu sebeptendir ki Türk hastaların çok memnun olduğu kurumlarda da çok fazla memnuniyetsiz yabancı hasta tecrübesi internet ortamında veya hasta yakınları arasında gündeme gelebiliyor. Yapılan bu negatif geri bildirim tüm pazarlama süreçlerine zarar veren bir durumun oluşmasına da yol açıyor.

Daha çok kitleye ulaşabilmek ve standart yükseltmek adına alınan TUV, JCI, ISO gibi akreditasyonlar kapı-



dan girdikten sonra alınıp kenara atılmış birer belge konumuna düşebiliyor veya bazen kurumun DNA'sına işleyemiyor. Unutmamak gerekir ki; yurtdışı kökenli hastanın total memnuniyet yaşadığı kurum JCI standartları ötesinde bir kalite kriterlerine sahiptir.

Hizmet sunumuyla başladığım bu yazımın ana konusu operasyon ve saha yönetimi değil tabii ki...

Ama göbekten bağlı olacak kadar da ilintili. Süreçlerin net, planlı ve zamanında olmasını gerektiren hizmet bakış açısı içinde etik olmak ve güven verme her aşamada hasta ve refakatçilere hissettirilmesi gereken bir duygu veya durum olarak önceliklendirilmelidir.

Her sene yeni yatırımlarla birbirinden cazip sağlık merkezleri milli gururumuza katkıda bulunarak saglık turizmi arenasına katılıyor. Büyük şehirler dışındaki perifer şehirlerdeki hastaneler bile ek prestij ve gelir amaçlı yurtdışından gelen hastalara kapılarını açmak vizyonunu daha fazla sahiplenmeye başladı. Ama her kurumun iç dinamikleri veya süreçleri başka ülkeden gelecek hastaları mutlu edecek sistematiğe sahip olmayabilir. İşte bu noktada başlayan yavaşlama veya koordinasyonsuzluk güven kaybına yol açabiliyor.

Tanıtımlarımızda vaad ettiklerimiz sonucunda bize güvenmiş hasta ve refakatçileri karşılıyoruz. Beklentiye soktuğumuz bu misafirler güvendiği bir yerde, hele söz konusu kendileri ve sevdiklerinin en değerli olan sağlığı olunca süreç daha duygusal ve hassas bir noktaya gelerek beklentinin daha da yükselmesine sebep oluyor. Beklentisi karşılanmayan hasta veya refakatçiler memnuniyetsizlik sonucunda güven sorunu yaşıyor ve bu noktada pazarlama konusundaki tüm çabalarınız geleceğe yönelik şekilde boşa cıkmaya başlıyor.

Etik; şeffaflık veya fiyatlama stratejileri ile sınırlanmayacak kapsamlı bir algıdır. Pazarlamadan hizmete, operasyondan iletişime kadar her alanı, kurumun her çalışanını ve tüm süreçleri bağlayan kurumsal bir iddiadir. Türkiye'nin en büyük tanıtım güçlerinden ve vaatlerindendir. Bu yüzden ki marka algısı altına yerleştirilmiş bazı unsurlar aynı markaya bağınızı oluşturuyor. Bu bağ güvendir, bu bağ memnuniyettir, bu bağ temelde etik bakış açısı ve etik hizmet sunumudur.

Alice Abdi kimdir?

Alice Abdi 10 seneyi aşan sağlık yönetimi kariyeri boyunca Anadolu-Johns Hopkins ülke koordinatörü, Liv Hospital Bölge Müdürü, Amerikan Hastanesi Yurtdışı Koordinatörü ve Yeditepe Üniversitesi Sağlık Kurumlarında Pazarlama Grup Müdürlüğü görevinden sonra Romanya Merkezli EiR Medical Consulting şirketinde genel müdür ve kurucu partner olarak sağlık turizmi yolculuğuna devam ediyor. ■

Yılın Başarılı Sağlık Yöneticisi Ödülleri 2017



"Her yıl alanında önemli başarılara imza atan değerli sağlık yöneticilerini aramızda görmek ve onları başarılarından dolayı kutlamak bize sağlık sektörümüz adına büyük gurur veriyor. Ülkemizde nitelikli sağlık yöneticisinin artışına aracı olmasını ümit ettiğimiz bu ödül sürecinde emeği geçen herkes takdiri hak ediyor."

Oğuz Engiz
hospital**manager**



2017 KAZANANLARI

Bekir Okan
Okan Üniversitesi Hastanesi Yön. Kur. Bşk.
Yılın En Başarılı Sağlık Girişimcisi

Türkan Özilhan Tacir
Anadolu Sağlık Merk. Genel Müdürü
Yılın En Başarılı Sağlık Yöneticisi

Prof.Dr. Eyüp Gümüş
Sağlık Bakanlığı Müsteşarı
Yılın En Başarılı Kamu Sağlık Yöneticisi

Seyyare Kurt
Dokuz Eylül Üni. Hastanesi Hemşirelik Hiz. Md.
Yılın En Başarılı Hemşirelik Hizmetleri Yöneticisi

Dida Didem Kaymaz
Kansersiz Yaşam Derneği Yön.Kur.Bşk.
Yılın En Başarılı Sivil Toplum Kuruluşu Lideri

Prof.Dr. Haydar Sur
Sağlık Yönetiminde Yaşam Boyu Başarı Ödülü

2016 KAZANANLARI

Dr. Aylin Yaman
Güven Hastanesi Genel Müdürü
Yılın En Başarılı Sağlık Yöneticisi Ödülü

Yrd. Doç Dr. Hacı Ömer Tontuş
T.C. Sağlık Bakanlığı Sağlığın Geliştirilmesi Genel Müdürü
Yılın En Başarılı Kamu Sağlık Yöneticisi Ödülü

Sevim Şen
Yeditepe Üniversitesi Hastanesi Hemşirelik Hiz. Müd.
Yılın En Başarılı Hemşire Yöneticisi Ödülü

Prof. Dr. Yahya Laleli
Düzen Laboratuvarlar Grubu Sahibi ve Direktörü
Yılın En Başarılı Sağlık Girişimcisi Ödülü

Figen Özbek
Türkiye Korunmaya Muhtaç Çocuklar Vakfı Başkanı
Yılın En Başarılı Sivil Toplum Kuruluşu Lideri ÖdülüLideri

Dr. Mücahit Atmanoğlu
Sağlık Yönetiminde Yaşam Boyu Başarı Ödülü

2015 KAZANANLARI

Fırat Uzer
Ortopedia Hastanesi Genel Müdürü
Yılın En Başarılı Sağlık Yöneticisi Ödülü

Dr. Ömer Faruk Erbay
Sağlık Bakanlığı Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü
Yılın En Başarılı Kamu Sağlık Yöneticisi Ödülü

Ceylan Özyılmaz
Gaziantep Özel Sani Konukoğlu Hastanesi
Yılın En Başarılı Hemşire Yöneticisi Ödülü

Dr. Ayhan Arslan
Optimed Hastaneleri Yönetim Kurulu Başkanı
Yılın En Başarılı Sağlık Girişimcisi Ödülü

Carole Hakko
Bir Dilek Tut Derneği, Make a Wish Türkiye Kurucu Başkanı
Yılın En Başarılı Sivil Toplum Kuruluşu Lideri Ödülü

Bülent Kiymir
Sağlık Yönetiminde Yaşam Boyu Başarı Ödülü

2014 KAZANANLARI

Prof. Dr. G. Evren Keleş
VKV Amerikan Hast. Genel Müdürü
Yılın En Başarılı Sağlık Yöneticisi Ödülü

Hüseyin Çelik
Sağlık Bakanlığı Müst. Yard.
Yılın En Başarılı Kamu Sağlık Yöneticisi Ödülü

Sonay Canbolat
Acıbadem International Hast. Hemşirelik Hiz. Müdürü
Yılın En Başarılı Hemşire Yöneticisi Ödülü

Dr. Mehmet Ataman
KBB Tuatmann Yön. Kur. Başkanı
Yılın En Başarılı Sağlık Girişimcisi Ödülü

Prof. Dr. Üstün Ezer
LÖSEV Yönetim Kurulu ve Vakıf Başkanı
Yılın En Başarılı Sivil Toplum Kuruluşu Lideri Ödülü

Prof. Dr. Metin Çakmakçı
Sağlık Yönetiminde Yaşam Boyu Başarı Ödülü



hospitalmanager Yönetici Ödülleri,

Türkiye'de sağlık sektöründe başarılı yöneticileri teşvik etmek ve sağlık kuruluşlarında yönetim becerilerinin gelişimini desteklemeyi amaçlıyor. Yılın Başarılı Sağlık Girişimcisi ve Yöneticisi Ödülleri için kamu ve özel sağlık kuruluşlarında yönetici pozisyonunda bulunan tüm çalışanlar başvuruda bulunabiliyor.

Modern sağlık yöneticisilerine özel bir dergi olmayı amaçlayan hospitalmanager, sağlık ekonomisi, yönetimi, finansmanı, hukuku, teknolojisi ve ilgili konularda haber kaynağı olmak, uluslararası boyutta bilgi akışı sağlamak, yöneticilerin yaşam tarzı, mesleki donanım ve ticari başarılarına odaklı haberler, röportajlar hazırlayarak aynı zamanda motivasyon unsuru olmayı amaçlamaktadır.

Ödül Kriterleri

- Yöneticinin eğitim geçmişi, aldığı yönetim eğitimi, katıldığı seminerler, eğitimler, kongreler ve konferanslar
- Yöneticinin sağlık yönetimiyle ilgili yayınları, verdiği konferanslar, eğitimler, seminerler ve yaptığı konuşmalar
- Yöneticinin profesyonel ve sivil toplum kuruluşu üyelikleri
- Yöneticinin kuruluşuna / topluma kazandırdığı başarılar; yenilikler, gelir artışı, büyüme, ödül, vb.
- Girişimcinin ortaya koyduğu büyüme, gelir artışı, ödüller

Ödül Kategorileri

- Yılın En Başarılı Kamu Sağlık Yöneticisi
- Yılın En Başarılı Sağlık Yöneticisi
- Yılın En Başarılı Hemşire Yöneticisi
- Yılın En Başarılı Sağlık Girişimcisi
- Yılın En Başarılı STK Lideri
- Yaşam Boyu Başarı Ödülü



Yılın Başarılı Sağlık Girişimcisi ve Yöneticisi Ödülleri Jürisi


Yaşar Yıldırım


Prof. Dr. Melih Bulut


Prof. Dr. Barış Diren


Prof. Dr. Metin Çakmakçı


Bülent Kıymır


Meri İstiroti


Oğuz Engiz

2013 KAZANANLARI

Dr. Cengiz Gül
ASM Mali İşler Direktör Yardımcısı
Yılın En Başarılı Sağlık Yöneticisi Ödülü

Dr. Hasan Çağıl
Sağlık Bak. Türkiye Kamu Hastaneleri Kur. Bşk..
Yılın En Başarılı Sağlık Yöneticisi Ödülü

Emine Kol
Akdeniz Üni. Tıp Fak. Hast. Hemşirelik Hizmetleri Müdürü
Yılın En Başarılı Hemşire Yöneticisi Ödülü

Dr. Köksal Holoğlu
Romatem Yön. Kur. Bşk.
Yılın En Başarılı Sağlık Girişimcisi Ödülü

Dr. Reşat Bahat
Özel Hastaneler ve Sağlık Kuruluşları Derneği (OHSAD) Başkanı
Yılın En Başarılı Sivil Toplum Kuruluşu Lideri Ödülü

Dr. Baki İtez
Mapfre Genel Sigorta Sağlık Genel Müdürü
Özel Ödül

Prof.Dr. Barış Diren
Sağlık Yönetiminde Yaşam Boyu Başarı Ödülü

2012 KAZANANLARI

Banu Küçükel
Ankara Güven Hastanesi Genel Müdürü
Yılın En Başarılı Sağlık Yöneticisi Ödülü

Yard. Doç. Dr. Haluk Özsarı
İstanbul Üniversitesi Hastaneleri Gen. Koor.
Yılın En Başarılı Kamu Sağlık Yöneticisi Ödülü

Rabia Güven
Medicana Ankara Hastanesi Hemşirelik Hizmetleri Direktörü
Yılın En Başarılı Hemşire Yöneticisi Ödülü

Dr. Muharrem Usta
Medical Park Hastaneler Grubu Yönetim Kurulu Başkanı
Yılın En Başarılı Sağlık Girişimcisi Ödülü

Prof. Dr. Melih Bulut
Sağlık Yönetiminde Yaşam Boyu Başarı Ödülü

2011 KAZANANLARI

Buket Pilavcı
Kadıköy Şifa Sağlık Grubu Gen.Müd.
Yılın En Başarılı Sağlık Yöneticisi Ödülü

Prof. Dr. Suat Turgut
Şişli Etfal Eğitim ve Araştırma Hastanesi Başhekimi
Yılın En Başarılı Kamu Sağlık Yöneticisi Ödülü

Prof. Dr. Saadet Ülker
Türk Hemşireler Derneği
Yılın En Başarılı Hemşire Yöneticisi Ödülü

Turgut Aydın
Memorial Sağlık Grubu Yön. Kur. Bşk.
Yılın En Başarılı Sağlık Girişimcisi Ödülü

Yaşar Yıldırım
Sağlık Yönetiminde Yaşam Boyu Başarı Ödülü

2010 KAZANANLARI

Uğur Genç
Memorial Hastanesi Genel Müdürü
Yılın En Başarılı Sağlık Yöneticisi Ödülü

Prof. Dr. İbrahim Yekeler
Dr. Siyami Ersek Eğitim ve Araştırma Hastanesi Başhekimi
Yılın En Başarılı Kamu Sağlık Yöneticisi Ödülü

Neşe Bakoğlu
Acıbadem Maslak Hastanesi Hemşirelik Hizmetleri Direktörü
Yılın En Başarılı Hemşire Yöneticisi Ödülü

Dr. Şükrü Bozluolcay
Bozlu Holding Yönetim Kurulu Başkanı
Yılın En Başarılı Sağlık Girişimcisi Ödülü

2009 KAZANANLARI

Dr. Turgut Noyan
Başkent Üniversitesi Yüreğir Hastanesi Müdürü
Yılın En Başarılı Sağlık Yöneticisi Ödülü

Prof. Dr. Tezer Kutluk
Hacettepe Üniversitesi Hastaneleri Genel Koordinatörü
Yılın En Başarılı Kamu Sağlık Yöneticisi Ödülü

Saliha Koç
Acıbadem Sağlık Grubu Hemşirelik Hizmetleri Direktörü
Yılın En Başarılı Hemşire Yöneticisi Ödülü

Dt. Hüseyin Bozkurt
Medicana Hastaneler Grubu
Yön. Kur. Başk.
Yılın En Başarılı Sağlık Girişimcisi Ödülü

Bağımsız Marka Tanıtımlarının Ötesinde Ulusal Güç Birliğinin Zamanı Geldi

HASAN ARSLANYÜREĞİ - CENTRIUM HOSPITAL GENEL MÜDÜRÜ
HOUSTON METHODIST TEXAS USA, BÖLGESEL DANIŞMANI

Klişedir belki ama İsviçre saati, Japon teknolojisi ya da Alman arabası denilince ilk akla gelen imajin "Türk Sağlığı" için de oturtulması en büyük global hayallerimizden biriydi. Bu amaçla geçen 10 senede ciddi emekler ve yatırımlar yapıldı.

Bakınca anlıyoruz ki bu uğurda geçen 10 sene, normal bir 10 sene değildi. Bu yoğun süreçte Afrika dahil çok sayıda kıtadan onlarca ülkeye sayısız kez gidildi, yüzlerce ofis onlarca şehirde hastanelerimiz temsil edildi. Libya'dan ve Irak'tan yüz binlerce hasta blok sayılarda akın akın getirildi. Özel uçaklarla en acil vakalardan, Almanya ve Amerika'da cesaret gerektirecek zor vakalar bile başarıyla karşılandı ve başarıyla uğurlandı. En nitelikli eğitim programlarına kabul edilen çok sayıda hekim; Türk doktorlardan ögrendikleriyle kendi ülkesindeki hastalara yardım etti. Birçok ülkenin bakanlıkları ile bir çok anlaşma yapıldı. Ülkede üretilen bu katma değer beraberinde bir istihdam da yarattı ve okulu olmayan nitelikli bir meslek grubu mensuplarını pratik yaparak yetiştirdi ve birçoğunu da mezun etti. Büyüyen hacimlerin pazarlamaya yansıyan bütçeleriyle de X ve Y'si ile her alanda büyüyen bir endüstri oluşturuldu. Çok fazla ülkeye o ülkenin kültürünü bilen, ana dili gibi konuşan vatandaşları Türkiye'den yerleşik lokal pazarlama yaptı ve kuruma, markaya, hekime ve ülkeye yarayan nitelikli sağlık hizmetlerini çok farklı fikir ve projeyle ülkemizin bayrağını büyük coğrafyalarda sallayarak sundu.

Bundan sonrası aynı olmayacak

Şu an elimizde muazzam bir know-how var ve neredeyse tüm kurumlara yayılmış tecrübeli personeller Türkiye'nin bölgedeki misyonunu perçinleyecek hizmetleri 7/24 sunacak operasyonları koordine ediyor. Ama artık birbirini duplike eden pazarlama stratejileri sadece yeni markalara yeni hastaların gelmesini ve o markanın pazarda biraz daha yer edinmesi ve tutunmasını sağlıyor. Her ne kadar pazarlama "toll"ları olarak kısıtlı sayıda alternatif olsa da sürdürülebilir pazarlama yöntemlerinin yanına biraz da ülke algısını yerleştirecek bir bakış açısı ile birbirinden gördükleri yerine ve birbirinin hedefine odaklı olmayan deneysel adımların atılmasının zamanı geldi de geçiyor. Rekabetin ülke içindeki kurumlar arasında ve ülkemizle rekabet halindeki destinasyonlarla gelinen nokta bize mevcuttan başka bir modeli işaret ediyor artık.

"Türkiye olarak sağlık turizmimiz 2030'da neye benzeyecek?" ya da "2050'de biz globalde bu endüstrinin neresinde olacağız?" gibi soruların yanıtlarına uygun uzun vadeli stratejileri planlamanın zamanı geldi de geçiyor. Ya da "Saç ekim, plastik cerrahi, göz ameliyatları gibi 'kolay tip' denecek sürece odaklanıp yüksek sayı ve düşük ciro odaklı mı?" ya da "En zor vakaların tedavi edildiği 'Ekstrem vaka odaklı' bir yaklaşım mı?" sergilemeliyiz gibi cevaplanması ve yol haritasına dönüşmesi gereken çok sayıda sorunsal ile yüzleşme fazının içindeyiz. Aksi takdirde devam eden ivmenin yavaşladığı bir negatif trendin içinde kendimizi bulmamız olası.

İleride hastanın ayağına doktor gidecek

Ama artık sağlık turizmi de diğer alanlarda olduğu gibi değişimden nasibini alıyor. Bilinen rotalar gibi hangi ülkelerden, hangi branşları, hangi pazarlama parametreleri ile nasıl davet edeceğimizi deneyerek gördük ve elimizde buna ait reçeteler halihazırda var. Dünya globalleşirken bazı tedaviler ve teknolojiler hedef pazarlarımıza veya sağlık eksiğini gidermekte olduğumuz coğrafyalara girmeye başlarken yeni konjonktürleri de yaratmaya başladı. Böylece değişen pazarlarda sadece hastanın doktora gittiği değil, doktorun da hastaya gittiği ve hatta markaların koopere ve ortaklaşa iş yaptığı şartları oluşturuyor. Artık tecrübeli hekimin olmadığı veya az olduğu, ekstrem vakaların yapabileceği teknolojik altyapıyı

barındıran tesisleri olan "gri alanlar" oluştu. Bu değişimleri doğru okuyan Korelilerin en büyük pazarlama yöntemi henüz farkedilen bu trend aslında. Hindistan ve Afrika'nın her şehrine üniversitelerde verilen eğitimleri sunmak üzere gidilmedik şehir bırakmadı. İsrail ekstrem vakalardaki iddiasini tüm dünyaya duyurmakla meşgulken, Ürdün ise kolay sağlık vizesi ve sağlık hizmetinde vergi muafiyetleriyle, Kore de deneysel tedavilerle "rare-desease" denilen nadir hastalıklar konusunda öne geçmek üstüne atılımlara devam ediyorlar. İncelenecek modellerin her birinden ögrenecekleriniz var. Sadece Küba bile kendine seçtigi "tıbbi etik" konsepti ile muazzam ilerlemeler kaydetti. Amacına ulaşamayan "Dubai" modelinde kurulan global marka afiliasyonlari bile ülkemizin gelecek yol haritasında dikkate alınması gereken bakış açılarını içeriyor. Anlaşılan o ki senelerce sahiplenilen anlık hasta gelişine endeksli aracı-uydu modelleri yerine geçecek konvansiyonel olmayan başka modelleri önemsemek gelinen noktada son derece kritik. Türkiye olarak oluşturduğumuz "hibrit" modelin başarısına katkıda bulunacak başka fikirleri mercek altına almamız bu rekabet şartlarında daha da anlamlı.

Ülke algısına yapılan yatırım tüm kurumları kazançlı çıkaracak

"İleri Yaş Turizmi", "Turist Sağlığı", "Termal Turizm" gibi bambaşka sektörlerin tek potada eritilmek istenmesiyle oluşan yüzeysel bakış açısına rağmen tıp turizmi için hala kapasitemizin gerisindeyiz. Evet çok güzel şeyler başardık. "Çinliler tek seferde sıçrarsa dünya sallanır" deyişini duymayanımız neredeyse yoktur. Aynı mantıkla ülke algısına yapılan yatırımdan Türkiye'deki tüm kurumlar kazançlı çıkacak. ■



HASAN ARSLANYÜREĞİ

BİYOGRAFİ
HASAN ARSLANYÜREĞİ

Dubai ve Amerika'daki iş tecrübesinden sonra genetik yüksek lisansını tamamlayarak Florence Nightingale, Yeditepe Üniversitesi Hastanesi ve Liv Hospital gibi 3 kurumun sağlık turizmi departmanlarını ilk kez kurup yönetti. Anadolu Sağlık Merkezi-Johns Hopkins yurtdışı departmanında görev alan Arslanyüreği şu an USA-Texas'da yer alan Houston Methodist Hospital bünyesinde çalışıyor. Aynı zamanda Centrium Hospital Genel Müdürü olarak kariyerine devam ediyor.

Sağlık Turizminde Kişi Başı Gelir, Tatilcilere Göre 12 Kat Fazla

MERİ İSTİROTİ - LİV HOSPİTAL GRUP KOORDİNATÖRÜ
TÜRKİYE SAĞLIK TURİZMİNİ GELİŞTİRME KONSEYİ BAŞKANI

Türkiye yıllar içinde gelişen bir pazar oldu. Türkiye'nin turizm destinasyonu olarak son yılların revaçta ülkesi olması ve her geçen gün bu anlamda dünyada tercih edilen bir destinasyon haline gelmesi son derece olumlu bir gelişme. Medikal turizm kavramının gelişmesiyle global sağlık hizmetleri sektörü de ciddi bir değişim içine girdi. Bundan yıllar önce yalnızca efektif tedaviler sunan hastaneler/kurumlar başarılı olarak nitelendirilirken artık uluslararası arenada tıbbi başarıların yanında kurumlardaki hastalara yönelik misafir hizmetlerinin kalitesi, kurumdaki hekimlerin iletişim performansları, "hasta merkezli" hizmet vizyonunun ne derecede yansıtıldığı gibi konular da değerlendirme kriterleri arasına girdi. Özellikle hastanelerin konumları ve ülkedeki turistik aktivitelerin çeşitliliği de hasta memnuniyeti açısından önemli bir rol oynuyor. 2015 yılı verilerine göre; sağlık turizminin dünyadaki büyüklüğü 100 milyar dolar civarında. Dünyada 2023 hedeflerine göre uluslararası tıp turizmi için 226.7 milyar dolar olacağı öngörülüyor. Dünyada sağlık turizmi alanındaki 2 katından büyük gelişme Türkiye için de önemli bir fırsat. Sektörde 2025 yılında 25 milyon kişinin sağlık ihtiyaçları nedeniyle seyahat edeceği öngörülüyor. Türkiye'nin bu alanda yerini alması şart.

2017'de: "750 bin turist ve 7 milyar dolar gelir"

Sağlık turizminde kişi başı gelir, tatilcilere göre 12 kat fazla. 2013 yılında Türkiye'ye sağlık turizmi için gelenlerin sayısı 300 bin kişiyi aştı. Sağlık turizminden elde edilen gelir ise 2013 itibarıyla 2.5 milyar dolar olarak gerçekleşti. 2014 yılında ise Türkiye'ye sağlık turizmi kapsamında gelen 400 bini aşkın ziyaretçiye hizmet verildi. 2017 yılında sağlık turizmi kapsamında ülkemize 750 bin turist geldi ve 7 milyar dolar gelir bıraktı. 2023 yılı için sektörde 2 milyon yabancı hastaya hizmet vererek 20 milyar dolar gelir elde edilmesi hedefleniyor. Bu rakamın yüzde 10'luk payının ise kamu hastanelerinden gelmesi bekleniyor. Sağlık turizmde son trendler kişiselleştirilmiş hizmetler, sertifikalı hizmetler, global standartlar, inovatifyaklaşımlar, kalite ve fiyatlandırma konusundaki çıktıları.

Hasta odaklı akreditasyonlar hayatımıza girecek

Akreditasyon sağlık turizminin önemli unsurlarından biri ve öncü olanı JCI. Sağlık Bakanlığı'nın sınıflandırma denetimlerinde Türkiye JCI kurallarını kullandığı için aşama kaydetti. Trend binaların işletmelerin genel akreditasyonu değil, hasta odaklı hasta memnuniyeti için yapılan akreditasyonlar hayatımıza girecek. Böylece daha iyi olan farkını ortaya koyacak. Konuşulması gereken en önemli şey tıbbi sonuçların uluslararası düzeyde anlatılabiliyor olması. Ekiplerin vaka deneyimi kadar revizyon oranı, mortalite, morbidite, enfeksiyon oranı, branş bazlı başarı skorları da önemli. Bütün bunlar uluslararası verilerle kıyaslandığında iyi durumda olursa Türkiye daha sağlam temeller üzerinde olur. Kanıta dayalı tıp uygulamaları yaparken uluslararası etik ve tedavi kuralları ile hasta takip ederken kişiselleştirilmiş tıbbı gerek genetik taramalarla gerek konseylerle hayata geçirebilmek bizi uluslararası platformda farklı bir yere getirecek.

Büyüme için 4 boyutlu yaklaşım gerek

Türkiye'nin sağlık turizminde büyümesini sürdürebilmesi için 4 boyutlu yaklaşım esastır. Bir, Türkiye'ye gelen hastaların tedavisi, iki ilgili ülkede sağlık hizmeti sunulması; üç, ilgili ülkede sağlık işletmesi ve yatırımların yapılması ile tıbbi hizmetlerin uygulanması; dört, hastaneler ve üniversiteler için eğitimsel desteklerin verilmesi**.** Bugün vakıf üniversitesi olan özel hastaneler sağlık hizmeti sunumunda oyuncuyken hekim, hemşire, teknisyen gibi sağlık kadrolarının eğitimlerini üniversiteler üzerinden vererek aslında bu alandaki dördüncü maddeyi gerçekleştirmiş oluyorlar.

Türkiye hangi alanlarda ön plana çıkıyor?

Sağlık turizminde ülke olarak en güçlü olduğumuz nokta deneyimli ve son derece uzman hekim kadrosu

ile güncel teknolojiyi birleştirerek tanı ve tedavi hizmetlerini verebilmemiz. Dünyanın her bölgesinde gerçekleştirilmeyen birçok ileri ci uygulama ülkemizde kolaylıkla yapılabiliyor. Özellikli ve takım çalışması gerektiren zorlu cerrahilerin başarı ile uygulanması, hasta hizmetlerinin son derece profesyonelce verilmesi, misafirperver konforlu bir otelcilik anlayışı, güncel teknoloji, turistik anlamda çok zengin bir kültür ile coğrafyaya sahip olmamız en önemli tercih nedenlerimiz arasında yer alıyor. Ama ülke olarak sağlık turizminde daha da güçlenmemiz için, yabancı ülkelerin turizm ajansları ve ülkemizdeki sağlık hizmetleri sunucularının daha efektif bir şekilde el ele çalışarak, sağlık turistine daha ülkesinden çıkmadan hizmet önerilerinin sunulması ile turist sağlık hizmeti alımı için ikna edilebilir, bu konuda daha kooperatif çalışmamız gerekiyor.

Türkiye'de verilen temel hizmetler

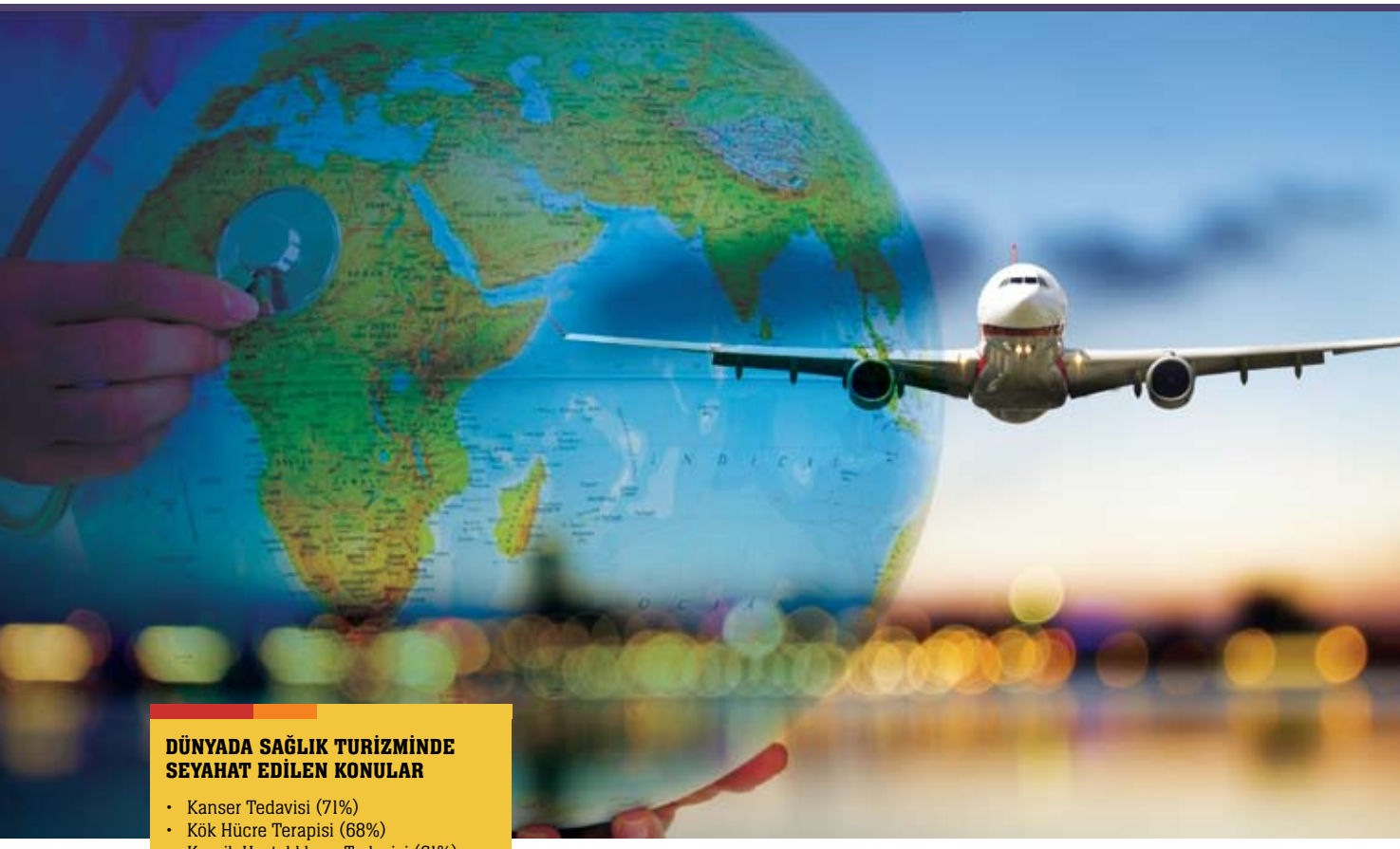
- Yüksek Riskli Tedaviler

* Pediatrik ve yetişkin beyin cerrahisi
* Böbrek ve karaciğer nakli
* Kanser cerrahisi (kolorektal, üroloji, jinekoloji, torasik, beyin tümörleri)
* Radyoterapi ve stereotaktik cerrahi
* Petscan ve RadioNuklid tedaviler
* Gelişmiş girişimsel prosedürler
* Spinal cerrahi
* Gelişmiş ortopedik cerrahiler
* Kök hücre tedavileri (nörolojik hastalıklar, hematolojik hastalıklar, yanıklar, diyabetik ayak, KOAH, gençleştirme)
* Rehabilitasyon hizmetleri
* Kornea nakli, protez göz ve orbital onkoloji tedavileri

- Yenileyici tedaviler

* Preimplentation, genetik tarama
* Kök hücre ve geleneksel nakil ile saç ekimi





DÜNYADA SAĞLIK TURİZMİNDE SEYAHAT EDİLEN KONULAR

- Kanser Tedavisi (71%)
- Kök Hücre Terapisi (68%)
- Kronik Hastalıkların Tedavisi (61%)
- Diş Hekimliği (58%)
- Kalp Cerrahisi (58%)
- Organ Nakli (57%)
- Ortopedik Cerrahiler (56%)
- Kozmetik ve Plastik Cerrahi (55%)
- Göz / Lasik Cerrahisi (53%)
- Sağlık Tarama Programları (52%)

* Kozmetik prosedürler ve plastik cerrahi
* Diş hizmetleri
* Lazer cerrahisi
* Obezite cerrahisi
* Varis tedavisi

10 yılda hangi alanlar parlayacak, daha da gelişecek?

Ülkemizde ortalama 1500 sağlık kuruluşu yer alıyor. Bunların 600 adedi özel sağlık kuruluşu. Bu özel sağlık kuruluşlarının yüzde 20'si en fazla sağlık turizminin cazibe noktası olarak üretim yapabiliyor. Bu listeye her yıl yeni sağlık yatırımları da ekleniyor. SGK ile tüm branşlarda anlaşmalı olmayan sağlık kuruluşları ciro-larının anlamlı bir kısmı yabancı hastadan oluşuyor. Kapasitelerinin yüzde 100'ünü kullanmıyorlar. Hizmet verdiği tüm dallarında SGK ile anlaşmalı olan hastaneler yurt dışı hastasından birim başına daha yüksek gelir oluşturma durumunda önceliği yabancı hastaya kullanacaktır. Dolayısı ile önümüzdeki beş yıl içinde çok ciddi bir kaynak yetersizliği yaşanacağını sanmıyoruz. Sebebi de artan yaşlı nüfusla beraber yeni yatırımların da hayatımıza girmesi. Hükümetin yatırımını yaptığı 3 bin 500, 4 bin yataklı şehir hastanelerinin de yerli vatandaşın artan sağlık tüketimi ihtiyacını karşılamak için çok değerli ve önemli bir kaynak oluşturacağına inanıyorum. Tıbbi sonuçlarımız duyuldukça, hekimlerimizin ileri teknolojileri ve yeni tıbbi uygulamaları kullandıkları yayıldıkça, ülkemizdeki tıbbi olanakları en üst düzeyde olan sağlık kuruluşları sayısı arttıkça, ülkemize olan talep devam edecektir. Kurumlarımızın yaptığı çalışmalarla, Ekonomi Bakanlığımız'ın sağlık hizmetlerini pazarlaması için vermiş olduğu destek ile tanıtım atağımız, çevre ülkelere artarak devam edecektir.

Güçlü ve geliştirilmesi gerekenler yönler

Ülkemize gelen sağlık turistlerinin yüzde 50-60'ı Ortadoğu ve Libya'dan geliyor. Ancak bu ülkelerin dışındaki talepler de her gün büyüyor. Kuzey Avrupa'dan gelen hastalar için Yunanistan estetik, diş, obezite cerrahisinde bir rekabet oluşturuyor, Avrupa Birliği ülkesi olması nedeni ile avantajları olmakla beraber, altyapıları

ülkemizin ileri sağlık örgütleri ile yarışabilecek seviyede değildir. Balkan ülkelerinde rakibimiz, Almanya gibi duruyor. Yine Avrupa Birliği içindeki dolaşım hakkı almış Balkan ülkelerinin Avrupa içindeki dolaşımından istifade ediyor Almanya.

Avrasya bölgelerinde Almanya, İsrail, Kore, Hindistan, Türkiye'nin karşısına çıkan ülkeler. Rusça konuşan ülkeler İsrail tıbbına güvendikleri kadar ülke nüfusunun yarısı Rusça konuşması nedeni ile sağlık hizmeti almaya gelenler için iletişim sıkıntısı olmuyor. Almanya yıllar önce vermiş olduğu eğitim desteği ile ilgili belli ülkelerde iyi tıbbi hizmet veren ülke olarak tanınıyor. Gelir seviyesi oldukça düşük olan ülkelerde kendi ülkesinde yer alamayan hizmetler için, en ucuz fiyatı sağlayabilmesi, hızlı randevu verebilmesi, sağlık turizmine odaklı çalışan Hintli hastanelerin personellerinin İngilizce konuşabilmesi, Hindistan'ı avantajlı hale getiriyor. Yine belli Avrasya ülkelerinde Kore çok ciddi tanıtım çalışmaları yapmış ve akışı sağlamıştır. Türk sağlık kurumları bu bölgede kendi yetkinliklerini ispat ederek pazarlarını genişletmeye çalışıyorlar.

Orta Doğu'da ise, Almanya, Amerika, İngiltere önemli sağlık turizmi yapan adaylar iken son dönemde güven unsuru nedeni ile Almanya'yı, fiyat nedeni ile Hindistan ve İran'ı tercih edebilmektedirler.

Ülkemiz ise, hastanelerin ev sahipliği yaklaşımı, transfer, vize, tercüme, tercüman hizmetleri desteği ile ama daha da önemlisi sunduğu iyi sağlık hizmetleri, batıya kıyasla daha uygun fiyatlar sağlayabilmesi, var olan medikal altyapısı ve modern hastaneleri ve belli illerin turistik avantajı nedeni ile daha da cazip olmaya devam ediyor. THY'nin sağladığı bilet avantajları da ülkemizin tercih edilme sebeplerini de arttırıyor.

Sağlığın hangi alanlarında elimiz güçlü? Teşvikler yeterli mi?

2014 Medikal Turizm Raporu'na göre medikal turizm kapsamında gelen hastaların kliniklere göre dağılımına bakıldığında hastaların yaklaşık yüzde 15'inin göz hastalıkları için Türkiye'ye geldikleri göze çarpıyor. Hasta sayısı bakımından estetik cerrahi ve saç ekimi halen Türkiye için göz hastalıkları ile en yüksek oranı oluştururken asıl çarpıcı olan ise Türkiye'de sağlık turizmi kavramının gelişmesiyle, son yıllarda onkoloji ve kardiyovasküler cerrahi gibi risk düzeyi yüksek tedavilerin oranındaki artış. Türkiye'de sağlık turizminden elde edilen gelirin yüzde 30'a yakını bu branşlardan elde ediliyor.

Ülkemizde Ekonomi Bakanlığı tarafından hizmet sektörüne açılan teşvikler hareket alanı sağladı. Ancak daha iyileşmesi gereken hususlar var. Bakanlık sektörün ihtiyaçlarını göz önüne alarak düzenleme yapacak. Sağlıkta "Turquality" markası olabilen sağlık kuruluşlarına teşvikleri daha iyi hale getirebilecek. "Turquality", küresel Türk markaları yaratmak için oluşturulmuş ve uzunca bir süredir de başarıyla uygulanan oldukça önemli bir devlet destek programı. Ekonomi Bakanlığı'nın sorumluluğunda yürütülüyor. Yakın zamana kadar sanayi markalarına odaklanmış ve hizmet sektörünün tek temsilcisi olarak sadece "gastronomi" program kapsamına dahil edilmişti. Haziran'da yayımlanan 2015/9 sayılı Karar ile "döviz kazandırıcı hizmet sektörü"nün önemli bir kısmı da "Turquality" kapsamına dahil edildi. 2016'da sağlık sektörü ile ilgili düzenlemeler yapılarak "Turquality" kapsamına sektörümüz de dahil edildi. Var olan teşvik imkanlarından daha fazla ve üst sınırı olmadan teşvik sağlanması ile ilgili ülkelerde şubeleşmeyi destekleyen bir kapsam getirildi. Ülkemizin ileri gelen sağlık merkezleri "Turquality" programından yararlandığında Türkiye'nin adı daha çok duyulmuş olacak. Bir diğer konu da Sağlık Bakanlığı'nın sağlık turizminde belli standartlarda getirdiği yeni uygulama. (Uluslararası sağlık tesisi yetkinlik belgesi ve uluslararası sağlık turizmi aracı kurum yetkinlik belgesi) Sağlık Bakanlığı bu belgeleri sahip olanların bu operasyonun içinde olmasını sağlayarak çizgi altı hizmetin önüne geçip ülke markasını zedelemeden büyümeyi devam ettirmeyi amaçlıyor. Türkiye'nin sağlıkta dünyada bir marka olması için Turizm Bakanlığı, Ekonomi Bakanlığı, Sağlık Bakanlığı, Çalışma Bakanlığı ve bu alanda çalışan STK'ların ortak misyonu ve 5-10-20 yıllık strateji planlarının olması Türkiye'yi bu alanda bir yere taşıyacaktır. Ancak bu şekilde büyük pastadan çok daha büyük pay alabilir.

Önümüzdeki fırsatlar neler?

Amerika ve Avrupa Birliği'ndeki sigortaların maliyet tasarrufu ihtiyacı olması, gelişmiş ülkelerde sağlıkta bekleme listelerinin hala var olması Türkiye'nin yol alabilmesi için önemli değerler. Uluslararası sağlık sigortalarının sadece acil durumlarda değil planlı tedavilerde de yurt dışında tedavi seçeneğini poliçelerine entegre etmeye başlamaları da global, vizyonel değişimin göstergesidir. Bu büyüme yolculuğunu sağlıkta sürdürebilmemizi için tıbbi ve finansal yaklaşımda etik değerlere bağlı olmak çok önemli. Hastaya doğru tedavinin önerilmesi, doğru bilgilerin verilmesi, doğru ücretlendirme politikalarının oluşturulması, dil sorunu olmaksızın bütün bu bilgilerin paylaşılması çok önemli. ■



AYŞENUR ASUMAN UĞUR

Sağlık Turizmine Bir Destek de Katarlı Al Jazeera Kanalından

Katarlı Al Jazeera Medya Grup ve Türkiye Merkezli PRS Medya Türkiye'yi ve Türk sağlık sektörünü tanıtıcı yayınlar yapmak üzere 04 Temmuz 2018'de Katar'da düzenlenen imza töreni ile işbirliği ve temsilcilik anlaşması yaptı. Türkiye Cumhuriyeti Ekonomi Bakanlığı'nın internet sitesinden yapılan açıklamaya göre; işbirliği ve temsilcilik anlaşması kapsamında Katar Al Jazeera Medya Grup, PRS Medya'nın yapacağı "Doktorla Randevu" adlı programın Al Jazeera Mubasher kanalında yayınlanması konusunda bir ortaklık anlaşması imzaladı. Konuyla ilgili bilgi veren Türkiye Merkezli PRS Medya ve Dubai Merkezli Global Media Solutions (GMS) Kurucusu Tayfun Çelik, "Bu anlaşma Türk sağlık sektörünün Arapça konuşan ülkelerin oluşturduğu ve yıllık 55 Milyar dolar büyüklüğündeki yurt dışı sağlık harcamalarından daha fazla pay alabilmesi için bir dönüm noktası. Katar'da 'Prime Time' da ve canlı yayınlanacak programın aynı hafta 'day time'da 2 tekrarı yayınlanacak. Üstelik tv ve djital pazarlama unsurları bir arada kullanılacak. Sosyal medya mecralarında da eş zamanlı yayınlar yapılacak. Önemli bir ayrıntı da Katar ve bizim programımız için teşvik oranı yüzde 60 değil yüzde 70 oranında olacak" açıklamasında bulundu.





A.A.UĞUR: Geçtiğimiz yıllarda MBC 4 TV kanalında benzer bir çalışma sürdürüyordunuz. O çalışmadan biraz bahsedelim. Türk ekonomisine, sağlık turizminin gelişmesine, Türkiye'deki hastanelerin ve bu konuda bireysel çaba gösteren hekimlerin yabancı hasta pazarından daha büyük pay almalarına nasıl katkıda bulundu?

T. ÇELİK Haklısınız. MBC 4 TV kanalında 3 sezon boyunca Türk sağlık turizmine yönelik "Visit To Be Treated" isimli bir pogram yaptık. Bu yayınlar bize Arapça konuşan kesimin oluşturduğu pazarın büyüklüğünü ve dinamizmini bir kez daha göstermiş oldu. Programa 84 farklı ülkeden yüz binlerce başvuru geldi. Türkiye'ye 63 farklı ülkeden binlerce hasta gelmesine de vesile oldu. Türk sağlık sektöründeki sponsor kişi ve kurumların çalışmalarıyla da orta ve uzun vadede Türkiye'nin tanıtımına katkı sağladığını düşünüyorum.

Tüm sorular İçin WhatsApp numarası
00 971 54 242 10 20

A.U: Al Jezeera kanalındaki "Doktorla Randevu" programına katılmak isteyenler için kriterleriniz neler? Ne gibi şartlar ve kolaylıklar sunuyorsunuz?

T.Ç: Öncelikle söylemeliyim ki; Al Jazeera Mubasher kanalında yapacağımız programdan beklentilerimiz çok daha yüksek. Anlaşmalı sağlık merkezlerinden hekimler, sağlık yöneticileri ve bireysel çalışan hekimler pazar günleri Katar'da "Prime Time" da ve canlı yayınlanacak program için anlaşmamız kapsamında Katar'a gidecekler. Aynı hafta da "day time"da da programın 2 defa tekrarı yayınlanacak. Üstelik tv ve djital pazarlama unsurları da bir arada kullanılacak. Kanalın sosyal medya mecralarında da eş zamanlı olarak yayınlar yapılacak. Böylece inanılmaz bir tanıtım ve etkileşim imkanı oluşturacağız. Küçük büyük demeden bu imkanı tabana yaymak, böylelikle mümkün olduğunca çok kişi ya da kurumun yararlanmasını sağlamak istiyoruz. Her bütçeye göre çözümler üretmek konusunda da hazırlıklıyız.

A.U: Ekonomi Bakanlığı'nın teşviklerinden kimler hangi şartlarda faydalanıyorlar? Siz yabancı hasta getirmek isteyen hastane ve hekimlere bu konuda nasıl yardımcı oluyorsunuz? Sunduğunuz ayrıcalık var mı?

T.Ç: Öncelikle Bakanlığımıza ve özellikle de Katar Ticaret Ateşemiz Sayın Burak Güreşçi'ye anlaşmanın gerçekleşmesindeki katkılarından dolayı müteşekkir olduğumu belirtmeliyim. Türkiye'nin sağlık sektörüne yurt dışı



tanıtım için benzeri olmayan bir imkan sağlıyor. Yapacağımız sağlık programı gibi yurt dışı tanıtımlar için Bakanlık yüzde 60 oranında teşvik veriyor. Diğer bir deyişle harcadığınız her 100 TL'nin 60 TL'sini teşvik olarak geri alabilmektesiniz. Fakat Katar ve hazırladığımız sağlık programı için teşvik yüzde 60 değil yüzde 70 oranında olacak. Çünkü Katar, Bakanlıkça hedef ve öncelikli ülke olarak belirlendi. Bu da sektöre kaçırılmayacak bir fırsat sunuyor. Teşvik başvuruları için de iyi haberlerimiz var. Zincir hastaneler ve diğer büyük sağlık merkezlerinin yanında, sağlık turizmi alanına yeni girecek sağlık merkezleri ve bireysel çalışan hekimlere de tecrübeli kadromuz tam destek veriyor. Uygulamada bir sıkıntı yaşanmadığını ve sistemin gayet iyi işlediğini de belirtmeliyim.

A.U: Türkiye 2023 yılı için sağlık turizmi gelir hedefini 20 milyar dolar olarak hedefledi. "Arap Pazarı" bu hedef için ne kadar önemli? Yüzde kaçlık dilimi oluşturuyor?

T.Ç: Biz Arapça konuşan kişilerin oluşturduğu pazar demeyi tercih ediyoruz. Çünkü Al Jazeera sayesinde dünyada Arapça konuşan tüm insanlara ulaşabiliyoruz. Böylelikle tanıtım bir ülkeye, bir bölgeye değil tüm dünyadaki 370 Milyon Arapça konuşan kitleye ulaşıyor. Bu pazar Türkiye için olmazsa olmaz. Çünkü bu pazardaki pay artırılamaz ise belirlenen hedeflerin yakalanması pek mümkün görünmüyor. Bu kitlenin yurt dışı sağlık harcaması 55 Milyar Dolar olarak kabul ediliyor ve bu rakamlarla dünyada birinci. Türkiye'nin sağlık turizmi geliri ise henüz 5 Milyar Dolarlar seviyesinde. Yani henüz Arapça konuşan pazarın yüzde 10 seviyesinde bile değil. Biz Al Jazeera'da yapacağımız yayınlarla bu payın yükseleceğine inanıyoruz. Yeter ki sektörden geniş bir kesimin bu tanıtımlardan faydalanmasını sağlayabilelim.

A.U: TV programı dışında tanıtım imkanı veriyor musunuz?

T.Ç: Evet tanıtım imkanlarımızın sadece program ile kısıtlı olmadığını da hatırlatmakta fayda var. Programda yerimiz kısıtlı ama bütçe imkanları çerçevesinde "FILLER" dediğimiz 2 dk'lık tanıtımlar ve TVC dediğimiz reklam spotları da tanıtım seçeneklerimiz arasında geliyor.

A.U: Sağlık turizmi en çok medikal ve dental alanda yapılıyor. Termal, Wellness, Engelsiz Turizmi ve İleri Yaş Turizmi ya da sağlık dışı alanlarda tanıtım yapmak isteyenler de Al Jazeera'da programa katılma fırsatı bulabilecekler mi?

T.Ç: Sağlık turizmi bilindiği gibi 8 segmentten oluşuyor. Sorunuzdakilere spor ve sağlıklı beslenme turizmini de eklersek tüm bu alanlarda hizmet verenler Al Jazeera'da programa katılma fırsatı bulabilecekler. TV programı dışındaki bu seçenekler sadece sağlık sektörü ile kısıtlı da değil. Tüm sektörlere açık. Özetle her kesime her bütçeye çözümlerimiz var. Ne yapın edin bu imkandan faydalanın diyorum. Zaten ondan sonra iş kendi içerisinden katlanarak büyüyecektir." ■

TÜRKİYE İÇİN ARAP PAZARI OLMAZSA OLMAZ...

Al Jazeera kanallarında en uygun koşullarda tanıtım yapma fırsatını sunuyoruz.

ALJAZEERA

Al Jazeera Körfez, Ortadoğu ve Kuzey Afrika ülkeleri başta olmak üzere dünyanın her yerinde yaşayan Arapça konuşan insanlar tarafından en çok izlenen ve en çok güvenilen medya grubu.

Arap izleyiciler, Al Jazeera kanalındaki yayınlara güveniyor.
Al Jazeera ağı Arap tüketicilere ulaşmak için en doğru mecra.

Tanıtımlarınız, Arap izleyicilerin en çok tercih ettiği Al Jazeera kanallarında yayınlanacak.

شبكة الجزيرة الإعلامية
ALJAZEERA MEDIA NETWORK

ALJAZEERA

الوثائقية
DOCUMENTARY

مباشر
MUBASHER

Tanıtımlarınızın prodüksiyonu istenirse bizim tarafımızdan gerçekleştirilebilir.

Markaya, branşa ve kuruma özel tanıtım paketleri için Whatsapp hattımızdan yazın, sizi arayalım, ziyaret edelim, iletişim stratejinizi birlikte belirleyelim.

00 971 54 242 10 20

Al Jazeera ağında yayınlanacak tanıtımlar birçok sektör için T.C. Ekonomi Bakanlığı'nın yurtdışı tanıtım destekleri kapsamında %70 oranında destekleniyor.
Başvuru için gerekli tüm bilgi ve belgeler deneyimli ekibimiz tarafından sizler için hazırlanacaktır.

TÜRKİYE CUMHURİYETİ · EKONOMİ BAKANLIĞI ·

Türkiye için Arap pazarı olmazsa olmaz.
Arap pazarı için Al Jazeera olmazsa olmaz.

GLOBAL MEDIA SOLUTIONS

Business Center Dubai World Central | P.O Box 390667 | Dubai-UAE

global-mediasolutions.com
info@global-mediasolutions.com

Medikal Turizminde Global Perspektif

Uz. Dr. SİNAN İBİŞ - MEDİKAL TURİZM DERNEĞİ BAŞKANI

Medikal turizm en yaygın olarak "Tıbbi bakım almak amacıyla uluslararası sınırları aşan seyahat süreci" şeklinde tanımlanmıştır. Bu tanım, göç edenleri, tıbbi bakıma acil ihtiyacı olan turistleri, bu kişilere eşlik eden tıbbi yolcuları veya yurtdışı tıbbi ziyaret sırasında ortaya çıkma eğilimi gösteren tipik çoklu hastalıkları kapsamaz (bu özellikle yaşlı hastalarda geçerlidir).

Paydaşlar ve rolleri

Medikal turizmde birçok paydaşın tıpkı bir domino etkisi gibi gerçekleştirecekleri kesintisiz hizmetler ile başarı elde etmek mümkündür. Medikal turizmin temel paydaşları; tanıtma şirketi, medya şirketi, sağlık kuruluşu, turizm şirketi (tur operatörü, satışa yetkili acente, uçak şirketi, transfer şirketi, nakil şirketi), sigorta şirketi, organizasyon şirketi, turizm rehberi, sosyal güvenlik kuruluşu, paramedikal tur şirketi, konsolosluk hizmetleri şirketleri olarak sayılabilir.



Uz. Dr. SİNAN İBİŞ

Tıp turizminde riskler

Tanıtım ve pazarlamada yanlış stratejik uygulamalar (ucuzluk, gerçek dışı beyanlar, iletişim kuramamak, güven duygusu yaratamamak, tedavilerde başarısızlık, komplex çözüm sunamamak, istismar, tedavi sonrası destek sağlayamamak, yetkili olunmayan alanlarda veya yetkili olmayan kişilerle hizmet sunumu) tıp turizmi geleceğini ortadan kaldırdığı gibi ülkelerin diplomatik ilişkilerine de büyük zararlar verebilir.

Tıp turizminde gelecek perspektifi

Sağlık hizmetlerine erişimde medikal turizmin gittikçe artan küresel eğilimi, dünya çapında pek çok farklı sağlık hizmeti sistemini ve ekonomisini nasıl etkilediği her geçen gün daha da çok önem kazanıyor. Medikal turizm endüstrisi için global pazar büyüklüğünün 29-40 milyar € arasında olduğu ve dünya genelinde yaklaşık 11 milyon sınır ötesi hastanın ziyaret başına ortalama yaklaşık 3 bin 500 € harcadığı (örneğin tıbbi hizmetler, seyahat, konaklama ve yeme içme masrafları gibi.) düşünülüyor. Dahası, dünyada tıp turizminde gerek turizme katılım, gerekse turizmde hasta kabulü açısından bakıldığında bir numaralı konuma sahip ABD'de yaklaşık 1 milyon 200 bin Amerikalının önümüzdeki bir yılda tek başına ABD dışına tıbbi bakım için seyahat edeceği tahmin ediliyor.

Neden insanlar medikal turizmle uğraşıyor?

Medikal turizm hem sistem, hem de bireysel seviyelerde genelde sadece ekonomik mesele olarak gösterilmesine rağmen gerçek şu ki; bu seçimlerin arkasında çeşitli faktörler var ve etmenler yalnızca bir para sorunundan çok daha



karmaşık ve daha çeşitli olma eğilimindeler. (Karşılanamamış sağlık ihtiyaçları, sağlık hizmetlerinde aranan nitelik, tedaviye erişim biçimi ve tedaviye erişim süreleri vb.).

Yıllık yüzde 25'e kadar büyüyecek

ABD ve Avrupa'nın büyük bölümü gibi çoğu ülkede, nüfus yaşlanıyor ve kaliteli sağlık hizmeti kaynaklarının kullanılabilirliğini aşan oranlarda daha zenginleşme gerçekleşiyor. Bu ülkelerdeki sağlık hizmeti sistemleri hem "kritik", hem de "seçilebilir prosedürler" için sarf edilmiş tıbbi masraflarda belirgin bir artış yaşamıştır. İlgili maliyetler her yıl da artmaya devam ediyor. Evrensel bakım hizmetleri sunan ülkeler giderek artan kaynak yükleriyle karşı karşıya kalıyorlar (örneğin bakım kalitesini etkileyen bütçe eksiklikleri ve personel yetersizlikleri gibi). Bu etmenler hesaba katıldığında, medikal turizm pazarının yıllık yüzde 25 'e kadar büyümeye devam edeceği tahmin ediliyor.

Medikal turizm hangi hastalar için popüler?

- Kendi ülkelerinde ihtiyaçları olan sağlık hizmetlerinin gelişmemesi (organ ve doku nakilleri, kök hücre tedavileri, girişimsel non invaziv tedaviler gibi).
- Kendi ülkelerinde bakım için bekleme listesinde olanlar
- Sağlık sigortasına sahip olmayanlar ya da eksik sigortası olanlar
- Yurtdışında yaşayanlar ve bakım için evlerine geri dönmeyi tercih edenler
- Modern olanlara ek olarak bütüncül veya geleneksel bakım seçeneklerini araştıranlar (örneğin geleneksel Asya tıbbı içeren bir yoga rehabilitasyon programı ile ortopedik cerrahi)
- Kendi ülkelerinde yasadışı olabi-



lecek tedaviye veya deneysel tedavilere erişmek için başvuranlar.

Medikal turistler aslında ne tür bakım ararlar?

Medikal turizmden söz ederken, hastaların bakım isteme eğiliminde oldukları oldukça popüler uzmanlaşmış alanlar vardır,

- Teşhis (örneğin, görüntüleme, testler, sağlık taramaları ve ikinci - üçüncü görüşler)
- Estetik cerrahi ve kilo kaybı (örneğin, rekonstruktif cerrahi ve obezite cerrahisi vb)
- Dental hizmetler (örneğin, genel, implant, restoratif, kozmetik dental uygulamalar)
- Kardiyovasküler (örneğin, anjiyoplasti, kalp ve pompa nakilleri, ablasyon tedavileri)
- Ortopedi (örneğin, eklem ve omurga cerrahisi; spor travmaları vb)
- Onkoloji (örneğin, yenilikçi onkolojik araştırma ve tedaviler veya palyatif bakım)
- Üreme (örneğin, fertilite tedavileri)
- Pediatrik cerrahi

Medikal turizm için daha popüler yerler nelerdir?

Uzunca bir süredir, Asya medikal turizmin küresel merkezi olmuştur. Aslında, Asya'daki medikal turizm endüstrisi, dünyadaki tüm medikal turizm endüstrisini geride bırakan en büyük ve en karlı olandır. Diğer popüler yerler şunlardır: Brezilya, Kosta Rika, Hindistan, Malezya, Meksika, Singapur, Güney Kore, Tayvan, Tayland ve Türkiye.

Bu ülkeleri kaliteli tıbbi bakım isteyenler için iyi bir seçenek haline getiren faktörler neler?

Hem özel sektör, hem de kamu sektörü, hem de akademik sektör yerel sağlık hizmeti altyapısına yatırım yapıyor. Sağlık hizmeti sistemi ve yerel tesisler, tecrübe transferi, yenilikçi araştırmalar, uluslararası akreditasyon, kalite güvencesi ve sonuçların şeffaflığı için dışa bağımlılık gösteriyor.

- Tıbbi prosedürlerde maliyet tasarrufunun sağlanması
- Siyasi şeffaflık ve sosyal denge
- Turizm altyapısının kurulması
- Klinik mükemmellik için saygınlık
- En yeni tıbbi teknolojinin mevcut olması
- Uluslararası alanda eğitilmiş ve deneyimli sağlık personeli

Yerel yönetimler, medikal turizmi ülkelerinde "endüstri" olarak neden destekliyor?

Yerel yönetimler, medikal turizmi "bir endüstri" olarak kurmanın birçok avantajının farkındalar (yerel sağlık sistemlerinin güçlendirilmesi, kar marjlarının artması, artan yabancı yatırımları vb.) Bu ülkelerdeki yerel yönetimler, medikal turizmi desteklemek için çok çalışıyor. Yerel hastaneler ve huzurevleri uluslararası akreditasyon aramaya, yabancı turistlerle ilgilenmeye ve paketler sunmaya başladılar. Hastaneler veya devlet kurumları tarafından bir araya getirilen tipik medikal turist paketleri; uçak bileti, konaklama, seyahat ücretleri ve gerçek tedavi maliyetlerini içeriyor. Son yıllarda birçok web sitesi ve ticari organizasyonlar medikal turistlere sağlık bakımı almakla ilgili olarak en iyi yerler konusunda tavsiyelerde bulunmak için ortaya çıkıyor. Burada önerilen yerler öncelikle sağlık kuruluşlarıdır, oysaki internet gezginleri öncelikle doktorları, sonrasında hastaneleri değerlendirirler ve farklı prosedürlerde ne kadar tasarruf edilebileceğine ilişkin bilgilerini genişletirler. Yerel yönetimler medikal turizmi teşvik etmek için tıp alanına yatırım yapmaya devam ederken, hali hazırda büyümekte olan medikal turizm endüstrisini daha fazla teşvik ederek yabancı gezginler için bir seçenek olmanın yanı sıra, tedavi fiyatlarını da düşürecektirler. ■

SAĞLIK TURİZMİ GELECEKTE YÖN DEĞİŞTİRECEK, SADECE HASTALAR DOKTORA GİTMEYECEK; DOKTOR DA HASTANIN YANINA GİDEBİLECEK

ALİCE ABDİ - EIR MEDICAL CENTER - KURUCU BAŞKAN





TÜRK DOKTORLARIN ROMANYA'DA FAALİYET GÖSTERDİĞİ İLK TIP MERKEZİ

Strada Ghita Padureanu Nr 5, parter, Zona Floreasca, Sector 2, Bucuresti, C.P. 020031
+40 738 862 928 • www.eirmedical.ro • aliceabdi@eirmedical.ro



SAĞLIK TURİZMİNE İNSANİ DOKUNUŞ

ARZU ÖZSOY SUEL
WHERETOCURE KURUCU
GENEL MÜDÜR

Dijitalleşmenin gücüne sonsuz inanan biri olarak size son dönemde yaptığım okuma ve araştırmaları anlatmak isterdim. Yapay zeka, derin öğrenme, büyük veri analitiği ve sanal gerçekliğin sağlık sektörü ile olan entegrasyonu ve daha bir çok heyecan verici gelişme yaşanıyor. Ancak 3D yazıcılar ile organ baskısı yapılan, narkozsuz ameliyatlarda hastayı ortamdan uzaklaştırabilmek adına kullanılan sanal gerçeklik gözlükleri kullanılan bir dönemde, cerrahi benzetim, görselleştirme (sanal endoskopi, kolonoskopi), sanal gerçeklik yolu ile uygulanan psikolojik tedavilerin konuşulduğu bir dönemde gittikçe geri planda kalan "insani dokunuş"dan bahsetmek istiyorum.

Yıllardır hastane içi, sektörel birlikler, ulusal ve uluslararası kurumlarda çalışmış ve uzun zamandır da sağlık turizmi danışmanlık şirketi sahibi olarak; değişen dünya düzenini ve elbette sağlık sektörünü ulusal ve uluslararası gelişmeler açışından yakından takip ediyorum.

Sağlık turizminin Türkiye ve dünyadaki yeri ve önemi denildiğinde bugüne kadar yazılan birçok rapor, makale, haber, sunum ve yazıda "insan"dan hep sayısal veri ve istatistik olarak bahsettik. Olayın odak noktasında bulunan hem yararlanıcı hem hizmet sağlayıcı olan "insan" faktörü maalesef hep geri planda kaldı ve hatta çoğu zaman unutuldu.

Müthiş bir hızla gelişen ve evrilen yeni dünya düzeninde "insani dokunuş" (human touch), tamamı insana dair olan sağlık sektöründe dahi çoğunlukla unutulur ve hatta önemsenmez hale geldi.

Sağlık turizminin odak noktasında olan hem sağlık turizmi hastası hem de hem sağlık turizmi çalışanları olan "insan" her yıl büyük heveslerle hazırlanan stratejik planlarda, hedef bütçelerde, fizibilitelerde bir rakam, sayısal bir figür olmaktan öteye geçemedi çoğu zaman.

Peki ne yapmalı?

Empati, özel ve profesyonel hayatta her tür ilişki ve iletişimde en çok ihtiyaç duyulan ve genelde en fazla ihmal edilen bir beceridir. Her konuda olduğu gibi sağlık turizminde de çok önemli bir faktördür.

Hasta, hasta yakınları ve takım arkadaşlarımızın duygu ve düşüncelerini anlayabilme; böylelikle daha duyarlı bir yaklaşım içinde olmamızı sağlayan en temel duygusal zeka becerisi olan "empati" yaptığımız işin temelini oluşturan bir etkendir. İletişimde olduğumuz kişilerle empati kurarak, içinde bulunduğu durum ve davranışlarındaki motivasyonu anlamaya çalışarak hem çalışanların hem de yararlanıcıların insan olduğunu hatırlayarak davranış şeklimizi değiştirerek işe başlayabiliriz.

Sadece hizmet alan uluslararası hastaların ve yakınlarının değil, sektör çalışanlarının da ilgiye ve insani dokunuşa ihtiyacı olduğunu hatırlamakta fayda var. Değişime ve iyileştirmeye kurum içinde başlarsak sektörün geneline yayılabilir. Bunun sonucunda ise uluslararası hasta birimleri çalışanları sıklıkla kurum değiştirmez. Böylelikle her yıl iş değiştiren personel, gittiği kurumdan stratejiyi, network'ü ve bilgiyi ister istemez kurumlar arası taşımak yerine kurumsal bağlılık duygusu ile iş geliştirir ve daha verimli olur. Böylelikle ulusal ve uluslararası ilişki sürekliliği ve sürdürülebilir başarı sağlanabilmiş olur.

Geçtiğimiz haftalarda ağırladığımız bir yurtdışı aracı kurum sahibi, her geldiğinde kurumlardaki ilgili kişilerin değiştiğini, bunun da kendisine zaman ve efor kaybı yarattığından bahsetti ki haklıydı. Öyle ki ziyaret etmek istediği bir klinikte toplantı sabahı randevuyu teyit eden kişi öğleden sonra kurumdan ayrıldığını belirtmişti. Aracı kurum sahibi ise yeni bir toplantı organize etmek yerine bu klinikle çalışmak istemediğini belirterek o branşta başka bir partner arayışını girmişti.

İnsani yaklaşım şart

Eğer resmi çalışma saatleri dışında ve hafta sonu dahil hizmet veren çok vardiyalı bir nöbet sistemimiz yoksa; uluslararası hasta ilişkilerinde çalışan takım arkadaşlarımızdan süper gücü olan kahramanlar gibi 7/24 hizmet vermelerini ve her an her saat ulaşabilir olmalarını beklemek yerine, özel hayatlarına saygı duyarak başlayabiliriz. Böylelikle, değişim önce hastane, klinik, aracı kurum ve sağlık hizmeti sağlayıcı diğer firmalarda kurumsal olarak kendi içimizde başlar. Ve bu değişim son kullanıcı olan uluslararası hastalara ve hasta yakınlarına da olumlu bir şekilde "insani dokunuş" olarak geri döner. Böylelikle takım arkadaşı, işbirliği yapılan kurum ve kişileri kaybetmeden hedef rakamlara ve cirolara daha sağlam, istikrarlı ve sürdürülebilir bir şekilde ulaşabiliriz.

Sağlık turizminde çalışanlara destek olunması ihmal edilmemesi gereken bir konudur. Gerek medikal gerek idari personelin de insan olduğunu, hayata dair sorun ve sıkıntıları olabileceğini unutmamalıyız. Onca iş yükü arasında kendisinin, ailesinin veya yakın çevresinin sağlık sorunları olabileceğini, etki çevresi ile yaşadığı özel günleri ve hepsinden öte iş dışında bir sosyal hayatı olduğunu da göz önünde bulundurmak ve buna göre yaklaşmak da hem çalışan motivasyonu hem de kuruma ve yaptığı işe bağlılığı açısından faydalı olacaktır ve daha başarılı bir çalışma ortaya koyacaktır.

Yaşadığımız tecrübeler gösteriyor ki bazen uluslararası hasta ilişkilerinde ürünleştirme, ciro yükseltme çabaları içindeyken olayın insani boyutunu tamamen atlaya-



biliyoruz. Sonuç olarak, hasta ya da hasta yakını ile kurulan ilişkilere otomatik tedavi planı ve fiyatlandırma açısından yaklaşıyoruz.

Yıllar önce yaptığımız bir sağlık turizmi iyileştirme çalışmalarından örnek vermek ve bir vaka incelemesi olarak da paylaşmak isterim. Kurum içi uluslararası birim iyileştirme çalışmaları sırasında, gelişigüzel seçilmiş bir e-posta iletişiminin detaylı incelemesini yaptık. Hasta iletişimini detaylı olarak incelediğimizde, hasta yakını hastasının oldukça vahim olan durumunu anlattığı e-postaya uluslararası departman sorumlusu cevap olarak söz konusu hastalık için kullanılan teknolojileri anlattığı bir e-posta göndermiş. İki telefon görüşmesi ve iki e-posta ile başlayan ilişki tam da burada kopmuş. Alınan CRM notlarına göre bir daha da hasta yakınına ulaşılamamış.

Bu hasta talebi gerçek hastaya dönüşebilecekken, hasta Türkiye'de şifa bulup, kurum hem etik hem ticari misyonunu yerine getirecekken iletişimde atlanan en önemli detay olan "insani dokunuş" yokluğu ile hasta kaybedilmiş. Oysa ciro hırsı ile teknolojik ürünlerden ve hizmetlerden bahsetmek yerine o e-postada "hastanızın durumu için çok üzgünüz ilerleyen günlerde iyi olacağını umuyoruz, bize her zaman aşağıdaki numaralardan ulaşabilirsiniz" gibi bir yaklaşım olsaydı ve ilerleyen tarihlerde tekrar iletişim kurulsaydı bu hasta talebi daha başarılı yönetilerek talep gerçek hastaya dönüşebilirdi.

Vaka incelemesi

Sağlık turizmi konusunda ilk çalışmaları yapan ve bu konuda dünyada en iyi örnek olarak gösterilen Tayland'daki Bmungrad Hospital'dan bir vaka incelemesi ile devam edelim.

Yıllar önce bir ufak bir sağlık sorunu için Tayland'daki Bmungrad Hospital'a giden bir Birleşmiş Milletler çalışanının yaşadığı gayet olumlu tecrübe, bu ülkenin ve bahse konu hastanenin sağlık turizminde uluslararası başarısının tesadüf olmadığını kanıtlar niteliktedir.

Hasta, ufak bir sağlık sorunu için hastaneye girdiği andan itibaren **kendini özel ve önemli hissettirdiklerini** ve bu nedenle her yıl düzenli olarak check-up ve akabinde ihtiyacı olan tüm sağlık hizmetlerini bu hastaneden aldığını belirtiyor. Öyle ki, kendisine yılın belli dönemlerinde hatırlatılan kontrol zamanlarını dünyanın neresinde olursa olsun tatilini bu tarihlere göre ayarlayarak seyahat düzenlemelerini buna göre yaptığını belirtiyor.

Kendisini bu denli memnun eden uygulamaları sorduğumda ise cevap oldukça basit geliyor: "İnsani dokunuş". Hastanede onunla ilk olarak ilgilenen uluslararası hasta ilişkileri sorumlusunun güler yüzlü yaklaşımından, sessize aldığı telefonun defalarca çalmasına rağmen hasta ile iletişimini bozmadığından ve kişinin tek odak noktasının kendisi olduğundan duyduğu hayreti aktarıyor. Gerçekten kendi ülkesindeymişcesine bir yaklaşım ve insani duruştan memnuniyetle bahsediyor.

Sorunu diğer hastalarla kıyaslandığında gayet ufak ve ona göre önemsiz olmasına rağmen çalışanın kendisini çok özel ve önemli hissettirdiğinden bahsediyor. Bu kısa ziyaret sonrasında elbette CRM destekli olduğunu gayet iyi bildiği hasta takip iletişiminde bile bu insani yaklaşımın değişmediğini; zorla ürünleştirilmiş hizmet paketi satma odaklı değil insan odaklı yaklaşıldığı için her yıl düzenli olarak sadık sağlık turisti olarak aynı ülke ve hastaneye gittiğini söylüyor.

Türkiye'deki uygulamalara bu hastanın tecrübesinden baktığımızda doğru ve yanlış uygulamaları daha iyi görebiliyoruz. Uluslararası hasta iletişimini uluslararası standartlarda yüksek kalitede, insan odaklı olarak yapan ve hasta ülkesine döndükten sonra düzenli takip eden ve aynı hastayı geri kazanan ve dahi hasta yakınlarının da referans ile geldiği sağlık kuruluşlarını tenzih ederek, tüm kurumların insanı sağlık turizmi çalışmalarının odağına koymalarını ve böylelikle mutlak başarıya ulaşmalarını diliyorum. ■

ESTHETIC VOICE SURGERY
SMELL
FLIGHT PROBLEMS
LASER NOSE SURGERY
NASAL BREATH PROBLEMS
AND ALL EAR NOSE
THROAT EXAMINATIONS AND PROCEDURES
25 YEARS OF EXCELLENCE
AT THE HEART OF ISTANBUL

CHANGE YOUR VOICE
MORE MASCULINE
FEMININE
TRANSGENDER VOICE

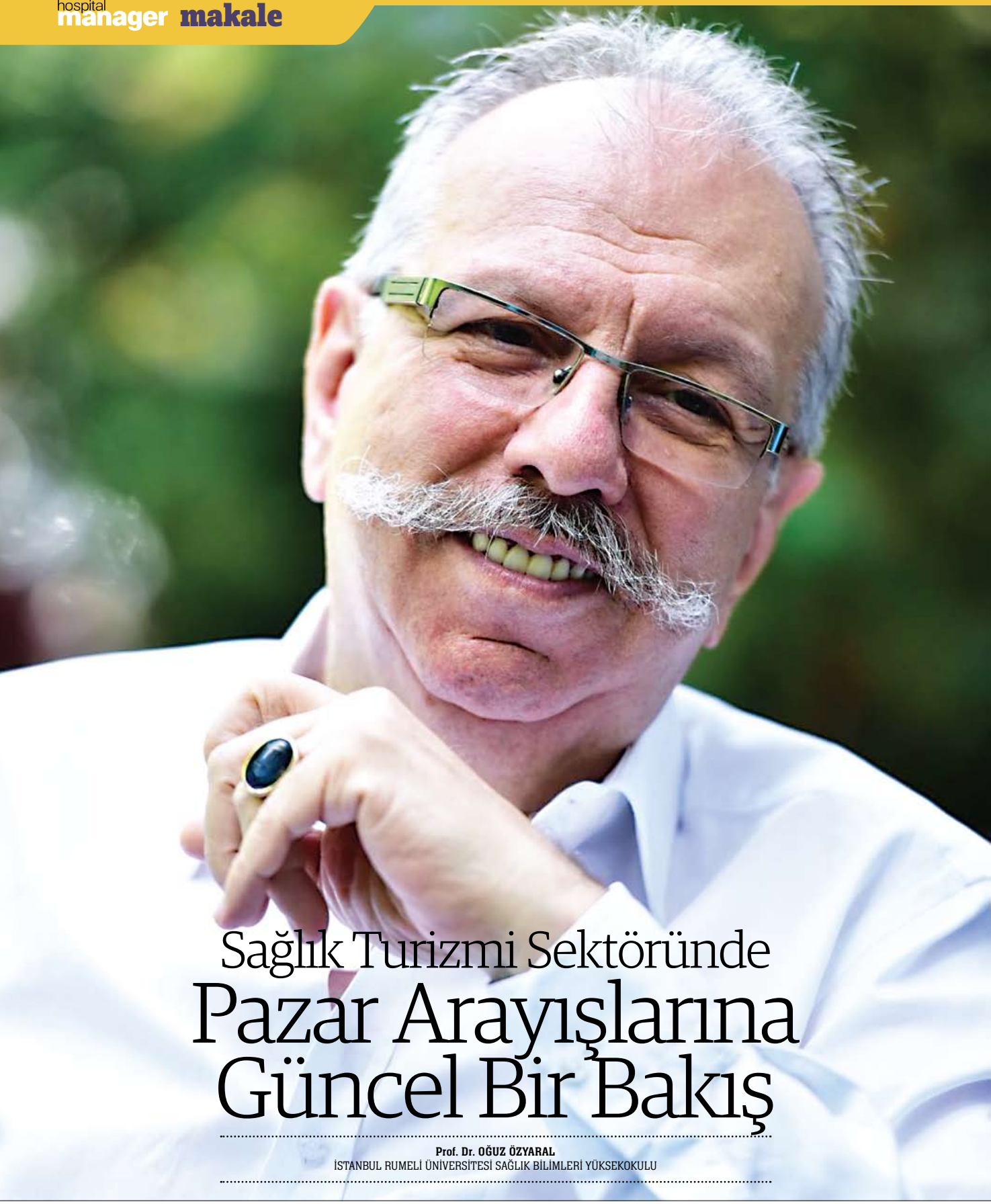


DrVoice
CLINIC

Detail and Precision in Care

Teşvikiye Cad. Varol Apt. No:7/6 34365 Nişantaşı-Şişli/İstanbul TURKEY
Gsm: +90 532 301 01 31 Phone: +90 212 291 67 67-231 07 07
Fax: +90 212 291 67 77
drvoice.com

facebook/DrVoiceClinic
twitter/DrVoiceClinic
instagram/DrVoiceClinic



Sağlık Turizmi Sektöründe Pazar Arayışlarına Güncel Bir Bakış

Prof. Dr. OĞUZ ÖZYARAL
İSTANBUL RUMELİ ÜNİVERSİTESİ SAĞLIK BİLİMLERİ YÜKSEKOKULU



Sağlık turizmi, bir kişinin refahının zihin ve vücut bakım, iyileştirme ya da yenilenmesi için yerel çevrenin dışındaki organize seyahat olarak tanımlanıyor. Medikal turistler bir çeşit tıbbi tedavi almak için uluslararası sınırları aşıyorlar. Bu durum daha çok, kişinin kendi isteği doğrultusunda hareket eden hastaya karşılık geliyor. Dolayısıyla Sağlık turizmi; "Sağlığı koruma, iyileşme amaçlarıyla belirli bir süre için (genellikle 21 gün) yer değiştiren insanların doğal kaynaklara dayalı turistik bir tesise giderek kür uygulaması, konaklama, beslenme ve eğlence gereksinimlerinin karşılaması sonucu doğan hareketlerdir diyebiliriz.

Sağlık hizmetleri ağırlıklı olarak bir hizmet endüstrisi olduğu için, Ulusal sınırlardaki tıbbi teknoloji, sermaye finansmanı ve düzenleyici rejimlerin yanı sıra hastaların ve sağlık çalışanlarının akışındaki küresel büyüme, son yıllarda yeni sağlık hizmetlerinin üretimi ve tüketimine yol açmıştır. Sağlık alanında artan bir ticaretin önemli yeni unsurlarından biri, tıbbi tedavi ve sağlık arayışı içinde hastaların sınırlar ötesi hareketi; genelde "medikal turizm" olarak adlandırılmaktadır

Tıbbi turizm kavramı ise tüketicilerin bir şekilde tıbbi tedavi almak amacıyla uluslararası sınırları aşmalarını seçtiği zaman gerçekleşir. Bu tedavi tüm tıbbi hizmetleri kapsamına alabilir, ancak en yaygın olarak diş bakımı, kozmetik cerrahi, elektif cerrahi ve doğurganlık tedavisidir. Bu bağlamda Tıp turizmi, daha çok, kendi istekleri doğrultusunda hareket eden hastalara karşılık gelmektedir.

Günümüzde sağlık turizmi ***Termal, SPA-Wellness, Medikal, İleri Yaş (Üçüncü yaş sağlık turizmi)*** ile ***Engelli Turizmi*** ve ***Turist Sağlığı*** olarak 6 temel başlıkta değerlendirilmektedir. Buna ilaveten ayrıca psikiyatrik/psikolojik ve özellikle de bağımlılık temelli rehabilite edici bir alanda sektörde yer alabilir. Sağlık turizmi kendi içinde farklı veya benzer göreve hizmet eden sektörleri barındırmaktadır. Bu sektörlerin başında elbette tüm Özel ve Kamu Hastaneleri / Sağlık Kurum ve Kuruluşları yer almaktadır. Diğer paydaşlar arasında "*Seyahat Acentaları, Turizm faaliyeti yapan, hizmet veren (Oteller, Destekleyici Turistik Faaliyetler vb.), Aracı ve Danışman Firmalar, Ulaşım, İletişim ve Bilişim ve Finans Sektörleri* yer almaktadır.

Genelde konuya dışarıdan bakıldığında sektörü belirleyen, hareketliliği tetikleyen ve hazırlayan, hatta hızlandıran birden fazla faktör ve bunların arkasında da onlarca karıştırıcı faktörün varlığını gösterebiliriz.

Hizmeti ortaya çıkartan belirleyici temel faktörler arasında:

- Sağlık hizmetine birçok nedenden dolayı ulaşamama,
- Uzman hekim ve nitelikli sağlık hizmeti ihtiyacı,
- Uygun fiyata kaliteli sağlık hizmeti satın alma arayışı,
- Ülkesinde tedavisinin yapılamayışı ve başarılı tedavi merkezlerine ihtiyaç,
- Güvenilir sağlık hizmetine ulaşma isteği,
- Farklı kültürler tanıma ve yeni yerler görme isteğini ilk sıralara yerleştirebiliriz.



Sağlık turizmi pazarında başarı

- Ülke genelinde Sağlık turizmi kültürünün oluşturulması,
- Ülkede sağlık turizmi politikasının varlığı,
- Sağlık turizmi yapılacak alanlar, uzman hekim ve tesisler konusunda analiz yapılması, izlem ve değerlendirmeler sonucu ve eylem planı,
- Eğitimli teknik eleman yetiştirilmesi ve teknik alt yapının oluşturulması,
- Kaliteli uygun fiyat politikası,
- Sürdürülebilir nitelikli hizmet anlayışı, Doğru pazarlama ve tanıtım faaliyetleri,
- Güvenirlilik,
- Öncelik hasta ve hasta yakını memnuniyeti basamaklarının bütünlüğü içerisinde sağlanabilir.

Sağlık turizminin ülke kalkınmasında "*Döviz girdisi, Doğrudan tanıtım ve turizme katkı, İstihdama Katkı"* şeklinde doğrudan ve *"Esnaf, Eğlence, Yeme- İçme sunum hizmetlerine ekonomik girdi*"nin yanı sıra *"Yeni iş alanlarının oluşması"* açısından ele alındığında dolaylı etkileri olduğu izlenmektedir.

Dünya Sağlık turizmi pazarında pastadan pay alabilmek için Türkiye'nin ve sunulan Sağlık turizminin tüm dünya ülkelerine tanıtılması gerekmektedir. Sağlık turizmi dünyada saygınlığı yüksek bir turizm çeşididir. Dolayısıyla da katma değeri yüksek olan bu sektörel alan ülke kalkınması için büyük önem arz etmektedir.

Tıbbi turizm endüstrisi dinamik ve uçucudur ve ekonomik iklim, iç politika değişiklikleri, siyasi istikrarsızlık, seyahat kısıtlamaları, reklamcılık uygulamaları, jeopolitik değişimler ve yenilikçi ve öncü tedavi biçimleri ve iç ve dış sağlık hizmetlerinin tüketim ve üretim modelleri. dahil olmak üzere bir dizi faktör kaymalara katkıda bulunabilir.

Sağlık turizmi sektörü yapılanmasında;

- **Medikal, termal *SPA*-*Wellness, Medikal, İleri Yaş (Üçüncü yaş sağlık turizmi)*** ile ***Engelli Turizmi*** ve ***Turist Sağlığı*** potansiyelinin analiz edilmesi,
- Potansiyel illerin belirlenmesi ve güçlü oldukları sağlık turizmi alanlarının saptanması,
- İllere göre stratejik çalışmaların planlanması ve "Sağlık turizmi Bölgelerinin" oluşturulması,
- Muhtemel sorunları en aza indirgemek için hem tedavi öncesi hem de tedavi sonrası tam tıbbi dokümantasyon hazırlıklarının yapılması **ülke politikası olarak yapılması gerekenler** arasında yer almalıdır.

Ayrıca ülkenin tarihi, doğal ve kültürel zenginlikleri, gastronomik çeşitlilik, ulaşılabilirlik, yerel dinamiklerin varlığı ve desteği, toplumsal farkındalık, doğru ve etkin tanıtım için gelişmiş bilişim yazılımına sahip olunması veya oluşturulması hususunun ele alınıp değerlendirilmesi Sağlık

turizmi için gerekli temel unsurlar arasında yer almalıdır.

DSÖ, *"Güvenlik ve Hizmet Sunumunun Güçlendirilmesi"* ve hizmet sunum sürecinde "Güvenilirliği" ölçmek ve uluslararası standartları geliştirmek gerektiğini vurgulamaktadır. Turizm ve organ kaçakçılığı sektörün sarsılan ve zarar gördüğü bir kırık kapıdır**.** Bu durum organ üzerinde tamamen ticari amaçlı, finansal kazanç sağlayan ve ülkelerin Sağlık Bakanlığı'nca kurulan sistemin dışındaki merdiven altı organ nakli olarak gösterilmektedir. Denetlemesi olmayan ülkelerde kaçak organ nakilleri gerçekleştirilmekte ve sonuç olarak ta bir pazara dönüşmektedirler. Elbette bu durum sektörü olumsuz yönde etkilemektedir. DSÖ Sağlık turizmi konusunda gerek yeraltı kaçak operasyonların önlenmesi, gerek verilen hizmetlerde gerçek bir dünya standartı yakalanması, hasta ve yakınlarının memnuniyeti ile güvenilirlik ve güvenlik konularında hem ülkeler, hem de sektörde yer alan tüm sağlık kurum ve kuruluşları açısından üye ülkelere çağrıda bulunmuştur. Bu bağlamda hizmet sözleşmesi uygunluğu, olası yan etkiler ve istenmeyen durumlar karşısında sorumluluk, hastane sicilleri, ülkelere ait yerel kanun ve düzenlemeler ile olası bir malpraktis durumunda adli yardım ve destek verecek hükümet kararları ve/veya kar amacı gütmeyen bir kuruluş varlıkları üzerinde çalışmalar sürdürülmektedir. Oldukça zorlayıcı ve birden fazla etken faktörün yanı sıra karıştırıcı faktörlerinde sahada yer alması sağlık turizmi sektörünü oldukça karmaşık bir hizmet sunum alanına çevirmiştir. Dolayısıyla sektörde atılacak her adım tüm paydaşları etkisi altına alacağından kısa dönemde kanun hükmünde kararnamelerin DSÖ'nün üye ülkelerden beklentileri doğrultusunda yapılması, güvenilirliği sağlayacak, sonuç olarak ta bağımsız davranışlar yerine ülke politikası içerisinde benimsenen davranışlarla tüm ülke genelinde hizmet kalitesi artışı sağlanmış olacaktır.

Sağlık turizminin kalkınmada rolü ve istihdama etkileri

Dünyada sağlık turizmi son yıllarda önemli bir alternatif turizm çeşidi olmuştur. Dünyada artan bu önemine paralel olarak, ülkemizde de Sağlık turizmi ciddi bir gelişim trendi yakalamış, ülkemizin kalkınma süreci içindeki rolü belirginleşmiştir.

- Sağlık turizmi, kalkınma ile birlikte ekonomiye oldukça önemli katkılar sağlamaktadır.
- Türkiye, Sağlık turizmi noktasında fiziki ve kültürel altyapısı olarak gelişmeye müsait bir pozisyondadır.
- Bu gelişme ancak ve ancak genelden yerele doğru uygulanan politika ve yöntemlerle olabilir.
- Bu noktada sektörün tüm paydaşlarının bilinçlendirilmesi ve ortak paydada buluşması gerekmektedir. Bu nedenle sağlık turizmi ve kalkınma noktasında stratejik planlama çalışmaları yapılmalıdır.

Ülke politikası haline gelen sağlık turizminde yapılması gerekenler

- Ülkemizde medikal, termal ve 3. Yaş turizmi potansiyeli analiz edilmelidir,
- Yapılan fizibilite sonrası potansiyel illerin belirlenmesi gerekir,
- Potansiyel illerin güçlü olduğu sağlık turizmi çeşitliliğine yönelik A,B,C grubu iller oluşturulmalıdır,
- Termal, medikal ve 3. Yaş turizmi potansiyeli olan illere göre stratejik çalışmalar yapılmalıdır,
- Belirlenen potansiyel illerin coğrafik olarak bulunduğu bölgede bölge merkezi il olarak "Sağlık turizmi Bölgelerinin" oluşturulması gerekir.

Fizibilite çalışmalarında ilgili tüm paydaşlar ile yapılacak ön plana çıkarılacak unsurlar

- Termal Sağlık turizmi için Termal Kaynakların, mineral-debi özellikleri ve endikasyonları,
- Termal Sağlık turizmi için kür merkezlerinin oluşturulması,
- Termal Spa&Wellness hizmetlerinde çeşitlilik ayrıca tüm sektörü etkileyen faktör olarak değerlendirmelidir.

Medikal turizm için öne çıkarılabilecek;

- Güçlü medikal branşlar,
- Marka hekimler,
- Sağlık insan gücü potansiyeli,
- Nitelikli yatak sayısı,
- Ameliyathane, yoğun bakım ünitelerinin standartlara uygunluğu,
- Özellikli sağlık hizmeti sunumu
- İleri teknolojiye sahip tıbbi cihaz donanımı göz önünde bulundurulmalıdır.

Üçüncü yaş sağlık turizminde ele alınması gereken faktörler arasında;

- Multidisipliner medikal branşlar ile uzman hekim yeterliliği,
- Termal kaynaklara sahip olunuş,
- Termal fizik tedavi ve rehabilitasyon imkanları,
- Yaşlı bakımı konusunda eğitimli "bakım elemanı" yeterliliği,
- Tesisin üçüncü yaş hastasına uygun mimarisi,
- Tarihi, doğal ve kültürel zenginlikleri,



- Gastronomik çeşitlilik,
- Ulaşılabilirlik,
- İllerdeki ilgili tüm dinamiklerin desteği,
- Halkın farkındalığı çalışmalarının belirlenmesi ve alt yapı çalışmalarının tanımlanması ve tamamlanması gerekir gerekmektedir.
- Bütün bunlara ilaveten günümüz teknolojisine ve hızına uyum adına uygun "**Doğru ve etkin tanıtım için gelişmiş bilişim yazılımı"**na sahip olunmalıdır ya da oluşturulması çalışmaları yapılmalıdır.

Bu nedenle;

- Oluşturulan fizibilite raporu sonrasında analiz yapılmalı,
- Çıkan analiz sonuçlarına göre iller ve bölgelerin belirlenmeli,
- Tüm tanıtım çalışmaları uluslararası standartlarda online profesyonelce yürütülmeli,
- Yerelde butik klinik, hastane ve marka hekimlere özel yer verilmeli,
- Teşvik planlamaları gözden geçirilmelidir.

Kalkınma planı, stratejik hedefler ve kalkınmaya etkileri

Sağlık turizminin kalkınmaya doğrudan ve dolaylı etkileri vardır.

Sağlık turizminin Kalkınmaya Doğrudan Etkileri:

- Döviz girdisi
- Doğrudan tanıtım ve turizme katkısı
- İstihdama Katkısı

Sağlık turizminin Kalkınmaya Dolaylı Etkileri:

- Esnaf, eğlence, yeme- içme mekanlarına ekonomik girdi
- Yeni iş alanlarının oluşması

Sağlık risk değerlendirme haritaları hazırlanmalıdır

Sağlık turizmi hizmet sunumuna yönelik yapılanmalar ve Sivil toplum Kuruluşlarının varlığı ve atılan ortak adımlar küreselleşen ve küçülen dünyamızda sektöre ve amaca doğrudan katkı sağlayacak birer unsur olmaya devam edecektir. ■

Kaynaklar:

1. Barca, M, Akdeve, E. ve İ. G. Balay, (2013), "Türkiye Sağlık Turizm Sektörünün Analizi ve Strateji Önerileri, İşletme Araştırmaları Dergisi, 5(3), ss: 64-92.
2. G Aydın, B K Aydın: Dünyada ve Türkiye'de sağlık turizmi pazarlama uygulamaları ve karşılaştırmalı durum analizi. Pazarlama ve Pazarlama araştırmaları Dergisi 6:1-21,2015. http://www.pazarlama.org.tr/dergi/yonetim/icerik/makaleler/103-published.pdf
3. https://www.tourism-review.com/health-tourism-spreading-globally-news5383
4. İştar E: health tourism in Turkey: a study on newspapers. Uluslararası Sağlık Yönetimi ve stratejileri Araştırma Dergisi 1:3; 26-36, 2016. ISSN-2149-6161http://dergipark.gov.tr/download/issue-file/1404
5. Kördeve K: Sağlık turizmine genel bir bakış ve Türkiye'nin sağlık turizmindeki yeri. Uluslararası Sağlık Yönetimi ve stratejileri araştırma dergisi. 2:1; 51-61, 2016 ISSN:2149-6161.
6. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2016), http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr/TR,11479/turkiyede-saglik-ve-termal-turizm.html,
7. Özer Ö, Sonğur C: Türkiye'nin Dünya Sağlık Turizmindeki Yeri ve Ekonomik Boyutu. Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 4:7; 69-81, 2013.
8. Sağlık turizmi nedir? http://www.saturk.gov.tr/images/pdf/tyst/02.pdf erişiliebilirlik: 26/06/2018
9. Sağlık turizmi nedir? https://www.igeme.com.tr/saglik-turizmi-nedir/. Erişilebilirlik: 26/6/2018
10. Seher NS: Sağlık turizminde Türkiye'nin dünyadaki yeri ve potansiyeli. Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi -Arşiv- 3:1; 99-1033, 2017 özel sayı 7 http://dergipark.gov.tr/uiibd/issue/27470/275319
11. Şenbaklavacı, Ö: Perspective on Health Tourism in Germany, Dünya Sağlık ve 3.Yaş Turizmi Kongresi, 19-23 Nisan, İzmir. 2013
12. Topuz, N: Türkiye Sağlık (Medikal) Turizmi Stratejisi 2023, Uzmanlık Tezi, Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, 2012.
13. Uluslararası Sağlık Turizmi ve Turistin Sağlığı Hakkında Yönetmelik http://www.resmigazete.gov.tr/main.aspx?home=http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2017/07/20170713.htm&main=http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2017/07/20170713.htm
14. ÜRSAB (2014), Sağlık Turizmi Raporu http://www.tursab.org.tr/dosya/12186/saglikturizmiraporu_12186_5485299.pdf,
15. Zengingönül, O, Emeç H, İyilikçi DE, Bingöl P: Sağlık Turizmi: İstanbul'a Yönelik Bir Değerlendirme, Ekonomistler Platformu Derneği, İstanbul,2012.

وزارة الصحة
Ministry of Health
Suudi Arabistan Sağlık Bakanlığı
Himayelerinde

SUUDİ ARABİSTAN'IN *EN PRESTİJLİ* SAĞLIK FUARI



250+ KATILIMCI

10.000+ ZİYARETÇİ

8 ÜLKE POVİLYONU

ملتقى الصحة العالمي
GLOBAL HEALTH EXHIBITION
Uluslararası Sağlık Fuarı

10 – 12 Eylül 2018

Riyadh International
Convention and Exhibition Center
Suudi Arabistan

Katılımcı olmak için:
info@tgexpo.com

Milli Katılım Organizatörü

tg expo think global | Türkey Discover the potential | T.C. Türkiye Cumhuriyeti Ekonomi Bakanlığı

TG EXPO ULUSLARARASI FUARCILIK A.Ş.
Eğitim Mah. Poyraz Sok. Ertogay İş Merkezi, No: 3/27, 34722, Kadıköy, İstanbul - Türkiye
T 90 216 338 4525 I F 90 216 338 4524 I info@tgexpo.com I www.tgexpo.com

Sağlık Gönüllüleri - Türkiye

SG-T, ihtiyaç duyulan bölgelerde öncelikli nüfus gruplarının (çocuklar, yaşlılar, kadınlar ve engelliler) sağlık hizmetlerine erişimini kolaylaştırmak ve erken teşhis, tedavi ile kazanılacak kaliteli yaşam yılını artırmak için gönüllü sağlık hizmetini koordine etmek amacıyla 2005 yılında kuruldu.

Kurucuları arasında Siemens, Anadolu Sağlık Merkezi, Eczacıbaşı Sağlık Hizmetleri, Tepe Teknoloji, Acıbadem Proje Yönetimi, İncekara, Pfizer ve Medline gibi sağlık alanında önemli kuruluşların yöneticilerinin bulunduğu SG-T, sağlık alanında ihtiyaç duyulan bölgelerde ve ihtiyaç duyulan konularda gönüllü sağlık hizmetinin üretimini koordine etme gayretlerini sürdürmektedir.

Oğuz Engiz
Yönetim Kurulu Başkanı



Türkiye'ninKalbi
Sağlık Sosyal Sorumluluk Ödülleri

Sağlıkta Sosyal Sorumluluk Ödülleri

SG-T, sağlık alanındaki sosyal sorumluluk projelerini teşvik etmek ve özgün örnekler oluşturmak amacıyla sağlık alanında sosyal sorumluk ödülleri vermekte ve sağlığın sosyal sorumluluk çalışmalarından daha fazla pay almasını sağlamayı amaçlamaktadır.

2008

Sağlıkta sosyal sorumluluk büyük ödülleri
Tetra Pak / Sağlık İçin Sağlıklı Süt İçin
Aygaz / Ayışığı Aygaz'dan Sağlık Işığı Seyitler Kimya / Dumansız Nefes

Özel ödüller
Eczacıbaşı İpek Kağıt / Solo İlköğretim Okulları Hijyen Eğitimi
3M / 3M Oyun Odaları

Mansiyon Ödülü
JohnsonWax Off / Kanınızı Sivrisineklere Değil Kızılay'a Bağışlayın, Hayat Kurtarın

Sosyal Sorumluluklarını En İyi Yerine Getiren Sağlık Kuruluşu Ödülü
Sanovel / Her Yüzde Bir Mutluluk
Actavis / Kadın Atölyeleri ve Oyuncak Kütüphanesi
Abbott / Türkiyem Farket

Özel Ödüller
Novartis / Sağlık Melekleri
Pfizer / Ellerimizde Sağlık

Mansiyon Ödülü
Roche / Mavi Bisiklet Kansere Karşı Yol Açık
Lilly / Fark Yaratan Çözümler

Sağlıkta En Başarılı Sivil Toplum Örgütü Ödülü
Bankalar Birliği / Çok Yaşa Bebek
KVC Risk Platformu / Kalbinizi Koruyun İçinde Sevdikleriniz Var
TAPV / Dikkat Bebek Var

Mansiyon Ödülü
Böbrek Vakfı / Böbreklerimiz Sağlıklı mı?

Sağlığa En Fazla Gönüllü Katkı Yapan Kişi Ödülleri
Merhume Dr. Aysun Küçükel
Caroline Koç

Sağlığa En Fazla Gönüllü Katkı Yapan Ekip Ödülü
Dr. Arzu Köseli, Meliha Uluslar, Dr. Serdar Esin ve Dr. Seçkin Atabaş'tan oluşan Sağlık Bakanlığı AÇSAP Ekibi

2009

Sağlıkta Sosyal Sorumluluk Büyük Ödülü
Sağlık Bakanlığı / Dumansız Hava Sahası

Sosyal Sorumluluklarını En İyi Yerine Getiren Sağlık Kuruluşu Ödülü
Novartis / Annemle Biz Kanseri Yeneriz

Sosyal Sorumluluklarını En İyi Yerine Getiren Sivil Toplum Kuruluşu Ödülü
Türk Kardiyoloji Derneği / Kalbini Sev Kırmızı Giy

Mansiyon Ödülü
Sudler&Henessey / Hepatit B'yi Paylaşmayın

Mansiyon Ödülü
Ayhan Şahenk Vakfı / Gezici Sağlık Çalışmaları

Teşvik Ödülü
Denizli İl Ambulans Servisi/ 0-6 Yaş Grubu Çocuklarda Ev Kazalarını Önleme Projesi

Sağlığa En Fazla Gönüllü Katkıda Bulunan Kişi Ödülü
Türkiye İnsan Kaynakları Vakfı (TİKAV)/ Şafak Akın

Sağlık Gön. Onur Ödülü
Merhum Prof. Dr. İhsan Doğramacı

2010

Sosyal Sorumluluklarını En İyi Yerine Getiren Sivil Toplum Kuruluşu Ödülü
Türk Böbrek Vakfı

Sağlığa En Fazla Katkıda Bulunan Kişi Ödülü
Prof Dr. Sezai Yılmaz İnönü Üniversitesi Karaciğer Nakli Merkezi

Sosyal Sorumluluklarını En İyi Yerine Getiren Sağlık Kuruluşu Ödülü
Astellas Pharma Turkey

Organ Bağışı ve Nakli Konusunda Gösterdiği Performans Dolayısıyla,
Organ Nakli Koordinatörleri Derneği

Organ Bağışı ve Nakli Konusunda Bilinçlendirmeye Yönelik Gösterdiği Toplumsal Sorumluluk Dolayısıyla,
Ferhat Boratav, CNN Türk Televizyonu Genel Yayın Danışmanı

Organ nakli hizmetlerinin kurumsal gelişimi için verdiği destekten dolayı,
Doç. Dr. İrfan Şencan, Sağlık Bakanlığı Tedavi Hizmetleri Genel Müdürü

2011

Sosyal Sorumluluklarını En İyi Yerine Getiren Sivil Toplum Kuruluşu Ödülü /
Türk Hematoloji Derneği/ Lenfoma Bilinçlendirme Kampanyası ile

Sosyal Sorumluluklarını En İyi Yerine Getiren Kamu Sağlık Kuruluşu Ödülü / T.C. Sağlık Bakanlığı Kanser Savaş Dairesi

Sağlığa En Fazla Gönüllü Katkı Yapan Kişi Ödülü/Dr. Sharon Erel - Prof. Dr. Osman İlhan

Sosyal Sorumluluklarını En İyi Yerine Getiren Sağlık Kuruluşu Ödülü /Novartis/ Harekete Geç Hikayeni Gönder Projesi ile

Özel Ödül ve Teşvik Ödülü
Türk Kanser Araştırma ve Savaş Kurumu Derneği Mersin İl Sağlık Müdürlüğü / Kadın Sağlığı Projesi

Onkoloji Hemşireleri Derneği / Şimdilik Kadın Kadına Projesi

Ankara Sigara Bırakma Merkezi Platformu Derneği / Sigara Bırakma Tedavisi Destek Programı ile

Sağlıkta Sosyal Sorumluluklarını En İyi Yerine Getiren Kuruluş Ödülü / Avon

2012

Yaşam Boyu Başarı Ödülü:
Prof. Dr. Aydın Aytaç

Kalp Sağlığı Alanında Sosyal Sorumluluklarını En İyi Yerine Getiren Kuruluş Ödülü:
Becel / Kalbini Sev Projesi

Kalp Sağlığı Alanında Sosyal Sorumluluklarını En İyi Yerine Getiren Sivil Toplum Örgütü Ödülü:
Türk Kardiyoloji Derneği Atriyal Fibrilasyon Derneği

Kalp Sağlığı Alanında Sosyal Sorumluluklarını En İyi Yerine Getiren Sağlık Kuruluşu Ödülü:
Alvimedica, Türkiye
Servier İlaç
Sanofi Türkiye

Kalp Sağlığı Alanında Sosyal Sorumluluk Özel Ödülleri:
Doç. Dr. Yaman Zorlutuna & Doç. Dr. Can Özer
Prof. Dr. Tayyar Sarıoğlu
Prof. Dr. Bingür Sönmez
Prof. Dr. Mehmet Öz
Prof. Dr. Cevdet Erdöl
Doç. Dr. Oğuz Taşdemir

2013

Sosyal Sorumluluklarını En İyi Yerine Getiren Kamu Sağlık Kuruluşu Ödülü
SB Kanser Savaş Dairesi

Sosyal Sorumluluklarını En İyi Yerine Getiren Özel Sağlık Kuruluşu / MSD Türkiye "Anneler için Merck" Projesi ile

Üreme Sağlığı Alanında Sosyal Sorumluluk Özel Ödülü
Bayer "Kontrol Noktası" Projesi

Üreme Sağlığı Alanında Sosyal Sorumluluk Özel Ödülü
Türkiye Aile Sağlığı ve Planlaması Vakfı "Güvenli Annelik" Projesi ile

Üreme Sağlığı Alanında Sosyal Sorumluluk Özel Ödülü /
PM Group "Tüpe Sıkıştırılmış Umutlar" Tiyatrosu

Kadın Sağlığı Alanında Sosyal Sorumluluk Teşvik Ödülü
Liv Hospital, Ulus

Sosyal Sorumluluklarını En İyi Yerine Getiren Sivil Toplum Kuruluşu Ödülü
Türk Jinekoloji ve Obstetrik Derneği, Üreme Sağlığı ve İnfertilite Derneği

Üreme Sağlığına En Fazla Katkı Yapan Bilim İnsanı Ödülü
Prof. Dr. Timur Gürgan, Prof. Dr.



Sağlık Gönüllüleri – Türkiye (SG-T)



Semra Kahraman
Prof. Dr. Mustafa Bahçeci

Üreme Sağlığı Alanında Teşvik Ödülü
Prof. Dr. Bülent Urman

Kadın ve Üreme Sağlığı Alanına Yaptıkları Bilimsel Katkılar için Özel Ödül
Doç. Dr. M. Erman Akar, Prof. Dr. Ömer Özkan
Akdeniz Üni. Tıp Fakültesi

Kadın Sağlığı Alanında Yaşam Boyu Başarı Ödülü
Prof. Dr. Ali Ayhan

2014

Sağlık Bilinci Oluşturmada En Başarılı Medya Kuruluşu Ödülü
Doğan Medya Grubu

Sağlık Bilinci Oluşturmada En Başarılı TV Programı Ödülü
"Doktorum" Programı

Sağlık Bilinci Oluşturmada En Başarılı TV Program Yapımcısı Ödülü
Dr. Aytuğ Kolankaya

Sağlık Bilinci Oluşturmada En Başarılı TV Program Sunucusu Ödülü
Ceyda Erenoğlu

Sağlık Bilinci Oluşturmada En Başarılı Köşe Yazarı Ödülü
Mesude Erşan

Sağlık Bilinci Oluşturmada En Başarılı Hekim Ödülü
Prof.Dr.Osman Müftüoğlu

Sağlık Bilinci Oluşturmada En Başarılı Dergi Ödülü
Formsante

Sağlık Bilinci Oluşturmada En Başarılı Radyo Ödülü
Number 1 FM

Sağlık Bilinci Oluşturmada En Başarılı Internet Sitesi Ödülü
hurriyet.com.tr

Sağlık Bilinci Oluşturmada En Başarılı Sivil Toplum Kuruluşu Ödülü-LÖSEV

Sağlık Bilinci Oluşturmada En Başarılı PR/Reklam Ajansı Ödülü
gHealthcare

2014

Sağlık Bilinci Oluşturmada En Başarılı Kamu Kuruluşu
Sağlık Bakanlığı / Sağlığın Geliştirilmesi Genel Müdürlüğü

Sağlık Bilinci Oluşturmada En Başarılı Kişi Ödülü
Dr. Mehmet Öz

Sağlık Bilinci Oluşturmada En Başarılı Sağlık Kuruluşu Ödülü
Lilly Türkiye - Abbvie

Sağlık Bilinci Oluşturmada Gerçekleştirdikleri Projelerle Özel Ödüle Layık Görülen Projeler
Merck Serono / "Başınıza Gelmeden" Kampanyası
Abdi İbrahim / "Dikkat TUZak Var!" Kampanyası
GlaxoSmithKline (GSK) /"Kök Hücre Kardeşliği" Projesi
Philips Healthcare Türkiye / Türkiye'nin Kalp Sağlığı Araştırması
AstraZeneca / "Ben Ergenim" Projesi
Novartis / "MS Yol Arkadaşım Sın" Kampanyası
Mercedes Benz / "MobileKids" Trafik Eğitim Projesi Kampanyası

2015

Sağlığa En Fazla Katkı Yapan Vakıf Ödülleri
Bedrettin Dalan
İstek Eğitim Vakfı Kurucu Başkanı

Mehmet Ali Aydınlar
Acıbadem Sağ. ve Eğit. Vakfı Başk..

Prof. Dr. Mehmet Haberal
Haberal Eğit. Vakfı Genel Başk.

Prof. Dr. Rıdvan Ege
Türkiye Trafik Kazaları Yardım Vakfı Başkanı

Semahat Arsel
Vehbi Koç Vakfı Mütevelli Heyeti Başkanı

2016

Sağlık Alanında Yılın En Başarılı Sivil Toplum Kuruluşu
Araştırmacı İlaç Firmaları Der.
Uluslararası Kanser Savaş Örg.

Sağlık Alanında Sosyal Sor. En İyi Yerine Getiren Kuruluş
Procter&Gamble / "Olimpik Anneler Projesi"
MERCK

Sağlık Alanında En Başarılı Sivil Toplum Kuruluşu
TIPGÖRDER

Türkiye'de Tıbbın Gelişmesine En Fazla Katkı Yapan Bilim Ad.
Prof. Dr. Erdal Akalın

Türkiye'de Sağlık Yönetimi Eğitimine En Fazla Katkıda Bulunan Akademisyen
Prof. Dr. Korkut Ersoy
Prof. Dr. Haydar Sur
Prof. Dr. Mehtap Tatar

Türkiye'de Özel Sağlık Sektörünün Gelişimine En Fazla Katkı Yapan Kişi
Dr. Sedat Azak
Dr. Ömer Güzel
Nüket Küçükel Ezberci

Türkiye'de Özel Hastanecilik Alanında Sivil Toplumun Gelişimine En Fazla Katkı Sağlayan Kişi
Dr. Seyit Karaca

Sağlık Bilinci Oluşturmada En Başarılı TV Programı Yapımcısı
Esra Kazancıbaşı
Ayşenur Asuman Uğur

Türkiye'de Sağlık Tesislerinin Çağdaş Standartlara Ulaşmasına En Fazla Katkı Sağlayan Kişi
Sedat Artukoğlu
Kemal Durukan

Türkiye'de Tıbbın Gelişimine En Fazla Katkı Yapan Tıbbi Teknoloji Kuruluşu
SIEMENS / Kurt&Kurt / İncekaralar

2017

Yılın En Başarılı Sosyal Sorumluluk Porjesi Ödülüne / Sabri Ülker Vakfı
Yemekte Denge Projesi ile

Yılın En Başarılı Sivil Toplum Kuruluşu
Ayhan Şahenk Vakfı
Gönüllü Sağlık Hizmetleri çalışmaları ile

Sağlık Sistemimize Yapmış Oldukları Özgün ve Nitelikli Katkılar Nedeniyle / NPIstanbul Beyin Hastanesi

Jüri Özel Ödülü'ne
UCB Pharma
Epilepsi için Bak projesi ile

Sağlık Yönetimi Eğitimi Alanında Yapmış Oldukları Değerli Katkılar Nedeniyle/
Prof. Dr. Mithat Kıyak

Tıp Etiği Alanında Yapmış Oldukları Değerli Çalışmalar Nedeniyle / Prof. Dr. Nesrin Çobanoğlu

Organ Nakli ve Bağışı Konusunda Yapmış Oldukları Yaygın Bilinçlendirme Çalışmaları Nedeniyle / Dr. Eyüp Kahveci

Sağlık Bilinci Oluşturma Konusunda Yapmış Oldukları Değerli Katkılar Nedeniyle / Leyla Ataman

Sağlık Turizminin Gelişimine Yapmış Oldukları Değerli Katkılar Nedeniyle Teşvik Ödülüne / Türkiye Sağlık Turizmi Platformu





Uz. Dr. M.FATİH SOMUNCU

Sağlık Turizmi: Cari Açığın Kapatılmasında En Elverişli Alan

Uz. Dr. M.FATİH SOMUNCU - ANKARA SAĞLIK TURİZMİ DERNEĞİ KURUCU BAŞKANI / ANKARA SAĞLIK TURİZMİ DERNEĞİ YK BAŞKANI
TÜRKİYE SAĞLIK TURİZMİ PLATFORMU KURUCU DERNEK BAŞKANI- GENEL KOORDİNATÖRÜ

DEVLET SAĞLIK TURİZMİNDE SEKTÖRDEKİ AKTÖRLERİ MERDİVEN ALTINA İTECEK DÜZENLEMELERDEN SÜRATLE KAÇINMALIDIR VE YÖNETMELİKLERİ DÜZELTMELİDİR.

Bilindiği gibi sağlık turizmi son yıllarda hem tüm dünyada hem de ülkemizde oldukça popüler bir konu. Ülkemizde özellikle Ekonomi Bakanlığı tarafından sağlık turizmi faaliyetlerinin döviz kazandırıcı hizmetlere dahil edilmesi ve bu konuda vermiş olduğu destekler nedeni ile sağlık turizmi genel anlamda, birden herkesin ilgisini çeken bir konu haline geldi. Ülkede adeta bir sağlık turizmi bilincinin uyanışına hep birlikte şahit olduk. Sektörün içerisinde veya dışında herkesin bu alanda bir şeyler yapmak üzere girişimlerde bulunduğunu gözlemliyoruz. Hastaneler ve oteller de büyük bir beklenti içerisine girdiler. Hastaneler teker teker uluslararası ilişkiler departmanlarını oluşturmaya başladılar. "Uluslararası Sağlık Turizmi Fuarları"nda sektör temsilcileri daha fazla yer alıyorlar. Bütün bunlar elbette sevindiricidir. Zira herkesin bildiği gibi bir sağlık turizmi hastası normal bir tatil ve kültür turistine göre kat be kat fazla döviz ülkemize bırakır.

Tıbbi hizmet ve hekim kalitemiz ABD standartlarında

Elbette bu konuda daha alacağımız çok mesafe olduğu aşikardır. Mevzuat düzenlemeleri ve ülkemizin bu alanda tanıtımı yetersizdir. Tesis ve personel eksiklikleri de göze çarpıyor. Ancak tıbbi hizmet kalitemiz ve rekabetçi fiyatlarımızın olduğu ise aşikardır. Tıbbi hizmet ve hekim kalitemiz ABD standartlarındadır. Fiyatlarımız ise hem ABD'ye göre hem de Avrupa ülkelerine göre kıyaslanamayacak kadar ucuzdur. Dünyada ABD'den sonra en fazla JCI akredite hastane sayısı ülkemizdedir. Diğer yandan termal tesislerimiz ve kapasitemiz yeterlidir. Her yıl bu alandaki yatak kapasitemiz de artıyor.

Teşvikler daha rahat ulaşılabilir hale getirilmeli

Sağlık turizmi ülkemize döviz kazandırılmasına olanak sağlayan ve cari açığın giderilmesinde kullanılabilecek en elverişli alandır. Mevzuattaki engellerin bir an evvel kaldırılması bu alanda özel sektörün önünün açılması ve devlet tarafından verilen teşviklerin denetlenebilir ancak daha rahat ulaşılabilir hale getirilmesi halinde Türkiye bu alanda şaha kalkacak ve dünya pazarından hak ettiği payı hızla alacaktır.

Hindistan, Tailand, USA, İran önde gelen ülkeler

Dünyada sağlık turizmi pazarı her yıl artıyor. Sağlık turizmi destinasyonları arasında Hindistan, Tailand, USA, İran önde gelen ülkeler arasında yer alıyor. Türkiye'de kaliteli sağlık hizmeti uygun fiyatlara verilebiliyor. Ancak henüz sağlık turizminde istediğimiz noktada değiliz. Dünya pazarından hakettiğimiz payı henüz alamıyoruz. Türkiye'nin özellikle medikal hizmet konusunda kalite ve standartları tartışılmazdır. Ancak bir çok Avrupa ülkesi ve ABD'de, bizim bu sahip olduğumuz kaliteli tıp hizmetleri konusunda bir algı sorunu mevcut maalesef. Genelde Türkiye tatil yöreleri ile biliniyor. Her şeye rağmen son yıllarda ortaya çıkan sağlık turizmi bilinci sayesinde ilerleyen yıllarda Türkiye bu alanda daha çok tanınacak ve hak ettiği yeri alacaktır.

Tek eksiğimiz tanıtım ve algı oluşturma

Ülkemizdeki bu alanda özellikle de medikal alanda tartışmasız kaliteli hizmet olduğu herkesçe kabul edilen bir gerçektir. Türkiye kalite fiyat dengesi göze-



tildiğinde ise birkaç ülke haricinde ön sıralarda yer alıyor. Hindistan, Tailand ve İran haricinde ise fiyat üstünlüğü mevcut. Aslında kalite ve fiyat birlikte değerlendirildiğinde aslında bu ülkelerin de önünde olduğumuzu düşünüyorum. Tek eksiğimiz tanıtım ve algı oluşturma konusu. Ancak ileriki yıllarda hızla bu konuda eksikliklerimizi gidererek dünyada sağlık turizminde en çok bilinen ve tercih edilen ülke olacağımıza inanıyorum. Türkiye bu konuda evet kesinlikle bir iddia ortaya koyabilir. Çünkü bunun için gerekli olan her şey var. Sadece tıbbi hizmetlerin kalitesi konusunda güçlü bir algı yaratmamız gerekir. Gelişmiş ülkelerde, Türkiye' de çok kaliteli sağlık hizmeti verildiği konusunda bilgi ve algı eksikliği var. Türkiye denilince herkesin aklına Antalya, Marmaris geliyor. Kaliteli tıp algısını bir çok yerde maalesef oluşturamamışız. Bunu başardığımızda her şeyi çözmüş olacağız.

Sadece tatil yörelerinin tanıtımı yapılıyor

Yurtdışında bu alanda faaliyetlerimiz son yıllarda ekonomi bakanlığımızın teşvikleri sayesinde artmış olmakla beraber kesinlikle yeterli değildir. Bu konuda yapılması gereken çok iş vardır. Kültür ve Turizm Bakanlığı bütçe ayırarak Türkiye'nin dünya pazarından hak ettiği payı alabilmesi için gerekli tanıtım faaliyetlerini yapması gerekir. Ülkemizdeki kaliteli tıp hizmetleri ve termal tesisler anlatılmalı ve tanıtılmalıdır. Sadece tatil yörelerinin tanıtımı yapılıyor. Oysa ki yukarıda belirttiğimiz gibi bir sağlık turisti hastası normal turiste göre kat be kat fazla döviz bırakıyor. Türkiye'yi Antalya'dan ibaret zanneden ülkelerde kaliteli sağlık hizmetimiz konusunda algı oluşturulmalıdır. Bu konuda analizler yaparak hedef ülkeler belirlenmeli ve bu ülkelere yönelik devlet kanalı ile doğrudan tanıtımlar yapılmalıdır. Geçtiğimiz günlerde bu konuyla ilgili Sağlık Bakanlığı ile Kültür ve Turizm Bakanlığı bir mutabakat metnine imza attılar. İlerleyen günlerde bu metnin icrasının gerçekleştiği günlere ulaşmayı ümit ediyoruz.

Devlet sektörün işini zorlaştırıyor

Sağlık turisti mutlaka bir aracı kurum vasıtası ile termal otellere ve hastanelere ulaşmalıdır. Bu iş kayıt dışılıktan ve denetlenemez durumdan kurtulmalıdır. Aracı kurumların verecekleri hizmetler de standardize edilmelidir. Ama devlet yaptığı düzenlemeler ile sektörün işini zorlaştırarak maalesef merdiven altına itiyor. Bu konuda en son yayınlanan yönetmelik hızlıca revize edilmeli ve sektörün önü açılmalıdır. Büyük zincir hastaneler ve oteller dışında henüz bizim hastanelerimizde ve otellerimizde yönlendirme tabelaları dahi sadece Türkçedir. İngilizcesi bile yoktur. Personeller çoğunlukla İngilizce konuşamıyor maalesef. Havaalanlarında sağlık turistlerini karşılayacak bir oda dahi bulunmuyor. Bu nedenle süratle tesislerimizin ve personellerimizin sürece uyumunun sağlanması gerekir. Bu alanda verilen her türlü hizmetler denetlenebilir olmalıdır. Tercümanlık hizmetleri de çok önemlidir ve standartlara kavuşmalıdır.

Özetle bizim bu alanlarda yapacağımız daha çok iş vardır. Ancak eskiye göre de çok farklı bir noktadayız. Bunu da belirtmemizde fayda görüyorum. Sağlık Bakanlığı'nda Daire Başkanlığı'nın kurulması, Ekonomi Bakanlığı'nın açıkladığı teşvikler, Sağlık Turizmi Koordinasyon Kurulu'nun (SATÜRK) Kurulması, Sağlık Turizmi'nin Onuncu Kalkınma Planı'nda çok geniş olarak yer alması ülkemiz için sağlık turizminin gelişmesinde önemli dönüm noktaları olmuştur. Sağlık turizminde dünya pazarından ülkemizin hak ettiği payı alabilmek için azimle gayretle yılmadan usanmadan, rekabet ederken dayanışma halinde, "Reka-Ber" ilkesi ile hep birlikte çalışmaya devam etmeliyiz.

Saygılarımla...■

liv BOOK

Kişisel Sağlık Arşiviniz Artık Cebinizde

Livbook kolaylıklar dünyasına katılın...

Livbook; iphone, ipad ve android gibi akıllı telefonlar için özel olarak geliştirilmiş bir uygulamadır. Tahlil sonuçlarınızdan, online randevuya, radyoloji sonuçlarınızdan aşı ve gebelik takibine, tansiyon değerinden, kan şekeri ölçümlerine kadar sağlıkla ilgili tüm süreçlerinizi telefonunuzdan takip edebileceğiniz hekim ve hasta ihtiyaçlarını tek platformda karşılayan bir mobil hasta takip sistemidir.

Download on the App Store

Uygulamayı Apple ve Google'dan ücretsiz indirebilirsiniz

ANDROID APP ON Google play



liv HOSPITAL ULUS

livhospital.com

0850 222 2 548 - 444 4 548

facebook.com/Livhospital | twitter.com/Livhospital
instagram.com/Livhospital | linkedin.com/Livhospital

Dental Klinik Zincirine yeni renk: "ENTAMED"



Grubun lokomotifi konumundaki Dentapol; 1997 yılında Ankara'da kuruldu. Bugün ise Franchise yöntemiyle yıl sonuna kadar ülke çapında 15 şubeye ulaşarak bilinirliliğini artırma, kaliteli, güvenilir ve her ihtiyaca cevap veren dişhekimliği hizmetini, müşteri deneyimi ve marka değerini franchise sistemi ile önce tüm Türkiye'ye ardından dünyaya entegre etmeye hazırlanıyor.

ENTAMED International CEO'su Dişhekimi Yalçın Genç çalışmaları hakkında şu açıklamalarda bulunuyor: "Bünyesinde ülkenin prestijli diş polikliniklerinden Dentapol'ü ve hastalar için ekonomik ama yüksek standartlı hizmet çözümleri, işletmeciler içinse uzaktan yönetilebilen, yüksek karlılıkla anılmayı hedefleyerek diş hekimliği sektörüne giriş yapan Dentagross markasını barındıran Entamed Şirketler grubu faaliyet alanını genişletmeye karar verdi."

Zincir diş kliniği modeliyle Ankara ve Antalya'dan sonra Mart ayında kurulan üçüncü halka olan Dentapol Çayyolu hakkında da bilgiler veren Yalçın Genç, "Dünya standartlarını belirleyen uluslararası üne sahip kliniklerle aynı teknolojik modelleri kullanmayı hedefleyerek büyüyen bu zincire Temmuz ayında Kocaeli Şubesi de katılıyor. Halen yurtiçi ve yurtdışında birçok şube ile ilgili planlama ve inşaatlar devam ediyor" diyor.

Entamed çatısı altında kurulan "Dentapol Academy" ile ilgili de bilgilendirmede bulunan Yalçın Genç: "Akademi sayesinde dünya çapındaki gelişmeler takip edilerek bilgiler sürekli güncelleniyor. Dinamik kadrosuna katılacak yeni ekip arkadaşlarına, marka yönetimi, pazar stratejisi, beden dili gibi eğitimlerin yanı sıra inovatif tedavi teknikleri ve bunların iş akış modellemelerinin eğitimleri sağlanarak hizmet standardize ediliyor" vurgusunu yapıyor.

ENTAMED International CEO'su Dişhekimi Yalçın Genç, aynı çatı altında diş hekimliği hizmeti vermek amacıyla kurulan dentaGROSS diş kliniklerinin çalışma sistemi ile ilgili de şunları söylüyor:
"Franchise sistemi yüzyılın perakende modeli olarak, yatırımcılar için tedarik, tanıtım, kurulum hizmetleri ile sinerji, üstünlük ve ekonomiklik sağlıyor. Hastalar açısından da daha uygun maliyetli hizmet vermeyi ilke ediniyor."

Aynı zamanda birlikten doğan güç ile de sektörde yeni bir tedarik modelini oluşturarak yatırımcısına da Türkiye'nin her noktasına erişmeyi hedeflediklerini belirten Yalçın Genç sözlerini şöyle sonlandırıyor:
"Bu üç markanın yakın vadede ülkemiz sınırlarını aşacak potansiyeli bulunuyor. Türkiye'nin her bölgesi dışında Kıbrıs, Avrupa, Türki Cumhuriyetler ve Ortadoğu ülkeleri ile ilgili franchise taleplerini de değerlendiriyoruz." ■

Uluslararası İlaç, Tibbi Cihazlar & Kozmetik Zirvesi ve Fuarı

IPMS2018

ULUSLARARASI İLAÇ, TIBBİ CİHAZ & KOZMETİK ZİRVESİ ve FUARI

%20

ERKEN KAYIT* AVANTAJINDAN YARARLANIN

24-25 EKİM 2018

ATO CONGRESIUM

ANKARA

*Erken Kayıt İndirimlerinden Yararlanmak İçin Son Gün 31 Temmuz 2018'dir.

DESTEKLEYEN

SGK
SOSYAL GÜVENLİK KURUMU

ORGANİZASYON

Yedi24 organizasyon

Detaylı Bilgi İçin Lütfen Bizimle İletişime Geçiniz.

0312 473 76 77

www.ipmsummit.com

/ipms2018

info@ipmsummit.com


BETTER
STRATEGIC MANAGEM
MERCK
MANUAL
Strategic Management of Health Care Organizations

OĞUZ ENGİZ

Sağlık Turizminde Nitelikli İnsan Kaynağı İhtiyacı Alarm Veriyor

Ülkemizdeki sağlık kuruluşlarını tercih eden yabancı hastaların sayısı her geçen gün artmasına rağmen bu hastaları ele alacak yetişmiş insan gücü sayısında yeterli artışın sağlanamadığı iletiliyor. Uzmanlar, bu eksikliğin ileride önemli sorunlara yol açabileceği ve Türkiye'nin sağlık turizminde hedeflediği başarıyı yakalamasına engel olabileceğine dikkat çekiyor. Halen ağırlıklı olarak özel hastanelerde tedavi gören yabancı hasta sayısının devreye girecek şehir hastaneleri ile önemli ölçüde artması bekleniyor. Sağlık turizmi alanında eğitim almış ve bu konuda donanımlı hastane çalışanı sayısının artması gerektiğine dikkat çeken Ankara Sağlık Kuruluşları Derneği Başkanı Oğuz Engiz, "Bu alanda dünya standartlarında sertifikalı eğitim programı hazırladıklarını ve Ekim ayı içerisinde Ankara'da da bu eğitimleri vereceklerini" belirtiyor.

OĞUZ ENGİZ - ANKARA SAĞLIK KURULUŞLARI DERNEĞİ BAŞKANI

Ülkemizin sağlık turizminden elde ettiği gelir son on yılda yıllık milyar dolarlara ulaşmasına rağmen hizmet kalitesini yüksek düzeyde tutmak için gereken eğitimli personel sayısında önemli bir artış sağlanamadığına vurgu yapan Oğuz Engiz sözlerini şöyle sürdürüyor:

"Ülkemizde sağlık turizmi başta özel hastaneler olmak üzere, kamu hastaneleri, diğer sağlık kuruluşları, saç ekim merkezleri, ağız/diş sağlığı merkezleri, estetik cerrahi merkezleri, fizik tedavi merkezleri, güzellik merkezleri, spa'lar, termal merkezler, wellness merkezleri ve de uzun dönem bakım ve geriatrik hizmetler aracılığı ile yapılıyor. Tüm bu alanlarda sağlık turistini evinde hissettirecek ve sorun yaşamadan ülkesine uğurlayacak eğitimli personelin varlığı da şart."

Sağlık turizminin her ayağında görev alan insan gücünün eğitimli olmasının önemine de dikkat çeken Oğuz Engiz şunları söylüyor:

"Sağlık turizmi kapsamında aslında sadece hastane çalışanlarının değil bu yabancı hastaların gelişine aracılık eden aracı kuruluşlar, seyahat planlaması yapan acenteler, konaklamayı sağlayan otellerin çalışanlarının da mutlaka sistematik bir eğitimden geçmeleri gerekiyor. Hazırladığımız sertifikalı eğitim programı ile ilgili kişiler gerekli tüm bilgi, beceri ve donanıma kavuşabilecekler. İki hafta sonu sürecek ve sağlık turizmi alanında ülkemizin tanınmış yöneticilerinin eğitimci olarak ders vereceği sertifikalı eğitim programında; Uluslararası Hasta Departmanlarının Yapısı ve İşleyişi, Uluslararası Hasta Departmanı Çalışanlarının Eğitimi ve Donanımı, Sağlık Turizminde Hasta Memnuniyeti, Sağlık Turizmi ve Medikolegal Konular, Sağlık Turizmi ve Sosyal Medyanın Etkin Kullanımı gibi sekiz önemli konu başlığı bulunuyor. Eğitim programına özel sağlık kuruluşu çalışanlarına ek olarak devlet ve üniversite hastanelerinden, aracı kurumlardan, sigorta kuruluşlarından ve de turizm acentelerinden katılımcıların yanı sıra bu alanda kariyer yapmak isteyen yeni mezun öğrenciler de katılabilecek."

Eğitimlerle ilgili detaylı bilgi ve www.askd.org.tr www.hospitalmanager.com.tr adresinden edinilebilir. ■

Sağlık Turizmi için Dünya Kuşadası'nda Buluştu

Prof. Dr. DİLAVER TENGİLİMOĞLU - TÜRKİYE SAĞLIK TURİZMİ DERNEĞİ GENEL SEKRETERİ VE ATILIM ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRÜ

Türkiye Sağlık Turizmi Derneği tarafından 03-06 Mayıs 2018 tarihleri arasında Aydın/Kuşadası'nda düzenlenen 8.Uluslararası Sağlık Turizmi Kongresi'ne 51 farklı ülkeden, 30'un üzerinde üniversiteden ve çok sayıda sağlık kuruluşundan 400'e yakını yabancı olmak üzere 630 konuk katıldı. Kongrede bildiri ve panellerde sağlık turizminin bütün yönleri, sağlık turizminin sürdürülebilirliği, karşılaşılan sorunlar, kalite ve akreditasyon, pazarlama ve markalaşma, sağlık turizminin ekonomik ve siyasi boyutu, etik ve hukuki boyutu, kamu politikaları ve teşvikler, iletişim ve bilgi teknolojileri ve sağlık turizmi eğitimi tartışıldı.

Sağlık turizmi sektörünün öncü kuruluşlarından olan Türkiye Sağlık Turizmi Derneği, yurtiçinde ve yurtdışında yaptığı bilimsel çalışmalar, eğitimler, fuar ve çeşitli organizasyonlar ile sektöre destek vermeye devam ediyor. Türkiye Sağlık Turizmi Derneği bugüne kadar düzenlediği 7 başarılı Uluslararası Sağlık Turizmi Kongresi'nin 8.sini de başarı ile tamamlamanın gururunu yaşıyor.



Kongre katılımcıları arasında ise şunlar yer aldı:

"Ülkelerin üst düzey sağlık yöneticileri, hastane yöneticileri, hekimler, turizm ve seyahat acentası firma yetkilileri, termal tesis yöneticileri, üniversitelerden bilim insanları, öğrenciler ve Sağlık Bakanlığı, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Aile Bakanlığı yetkilileri, Sağlık Turizmini Geliştirme Konseyi Başkanı, Türkiye Sağlık Turizmi Platformu ve Sağlık Turizmi Dernek Başkanları, TÜRSAB, Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği Yöneticileri, Turizm Akademisyenleri Derneği Başkanı."

Açılış konuşmalarını sırası ile; Türkiye Sağlık Turizmi Derneği Başkanı Enginer Birdal, Kuşadası Belediye Başkanı Özer Kayal, Kuşadası Kaymakamı Muammer Aksoy, Aydın Adanan Menderes Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Cavit Bircan ve Aydın Valisi Yavuz Selim Köşger yapmışlardır.

Uluslararası Sağlık Turizmi Kongresi'ne başta Türk Cumhuriyetleri ve Ortadoğu olmak üzere Avrupa'nın ve Afrika'nın çeşitli ülkelerinden, ABD, Çin, Hindistan, Ürdün, Belçika, Avusturya, Ukrayna' dan davetliler yer almıştır.

Kongre de sektörün önemli isimlerinin ve akademisyenlerin panelist olarak katıldığı 14 panelde 59 panelist sunum yapmış ve 11 bildirili oturumda 37 bilimsel çalışma sunulmuştur. Kongre de sağlık turizminde öncü ülkelerden gelen uzman ve akademisyenler yanı sıra sektör yöneticileri, sivil toplum kuruluşu temsilcileri panelist olarak sunum yapmışlardır. Bildiri ve panellerde sağlık turizminin bütün yönleri (sağlık turizminin sürdürülebilirliği, karşılaşılan sorunlar, kalite ve akreditasyon, pazarlama ve markalaşma, sağlık turizminin ekonomik ve siyasi boyutu, etik ve hukuki boyutu, kamu politikaları ve teşvikler, iletişim ve bilgi teknolojileri ve sağlık turizmi eğitim gibi) tartışılmıştır. Ayrıca kongre boyunca oturumlara paralel olarak B2B görüşmelere yer verilmiştir. Bu görüşmelerde yurtdışından işbirliği yapmak maksadı ile gelen yabancı katılımcılar ile yerli yatırımcılar ve sağlık işletmeleri yöneticileri bir araya gelmiştir. Son gün ise sosyal gezinin yanı sıra yabancı ülkeden gelen sektör temsilcilerine Kuşadası ve İzmir'de hastane ziyaretleri gerçekleştirilmiştir. Bu kongrenin ülkemizde sağlık turizmi alanında faaliyet gösteren girişimci ve yatırımcılara yeni imkanlar oluşturması ve mevcut kuruluşlarımızın uluslararası pazarlara tanıtımına da katkı sağlamış olması yanı sıra ülkemizin ve bölgenin tanıtımında büyük katkı sağlayacağını ümit etmekteyiz. Kongreye katkı sağlayan Türkiye Sağlık Turizmi Dernek yönetimine ve çalışanlarına, organizasyon firması TÜRAŞ yönetimine ve çalışanlarına, sektör yöneticilerine, sivil toplum kuruluşlarına, öğrencilerimize ve tüm katılımcılara teşekkür ediyor, bir sonraki kongre de görüşmek üzere selam ve saygılarımı sunuyorum. ■

Sağlık Turizminde Aracı Kurumların Önemi

BERFU TOKMAN - SAĞLIK TURİZMİ PROFESYONELİ



Bu sektöre 2004 yılında girdim. İngilizcem olduğu için hedef pazar olarak tüm dünya yerine İngilizce konuşulan bölgeleri tercih etmiştim. Bir yıl süren bir pazar araştırmasından sonra kısıtlı internet ortamı bilgisiyle United Kingdom (UK) pazarını (İngiltere, Galler, İrlanda, İskoçya) araştırdım. Bu ülkelerden özellikle Macaristan'a diş tedavisi, Çek Cumhuriyetine estetik cerrahi ve Polonya'ya da her iki alanda tedavi olmak için hastaların seyahat ettiklerini gördüm.

Otel, uçak ve tedavi dahil olsa dahi yine de bu hastaların tedavilerini kendi ülkelerinden yüzde 60 daha ucuza malettiklerini farkettim. Aynı zamanda yeni bir ülke de görüyorlardı.

Seyahat acentesi alarak işe başladım

Bu gözlemlerim üzerine A grubu bir seyahat acentası aldım. O yıllarda büyük bir yatırım yaparak; şoförlü bir transfer aracı ve araç içerisine Boğaziçi Mütercim Tercümanlık bölümü mezunu bir kişi ve hasta refakati için de bir kadın personel işe alarak hizmet vermeye başladık.

Paketlerimizi 4 yıldız ve 5 yıldız otellerle süsledik. Yarım günlük şehir turları hediye ettik.

Amacı sadece iyi bir tedavi hizmeti almak olan hastalara müthiş bir paket hazırladık. Hasta memnuniyeti tedavi haricinde de sağlamak bizi diğer ülkelerle rekabetten çıkardı. Çünkü yukarıda bahsettiğim ülkelerde bizim gibi profesyonel ve güler yüzlü Türk misafirperverliğinde hizmet birleştirebilen bir ülke daha olmayacağını biliyorduk.

İşler iyi gidiyordu. Tedavi veren doktorların ya da sağlık kurumlarının hizmeti verdikten sonra bir problem olmazsa hiçbir işle uğraşmamaları ve maliyete katlanmamaları da çok avantajlı bir durum olmaya başladı.

Sektör neden sekteye uğradı?

Bu hizmet kalitesinde 7 yıl hizmet verildi. Sonra ne oldu biliyor musunuz?

İşin ehli olmayan kendine ben de sağlık turizimcisiyim diyen hayatında 2 hasta görmemiş ve görse de sadece parasını almaya kadar hastasını düşünen kişilerle karşılaşmaya başladık. Kendine hasta aracısı diyen profesyonel olmayan kişiler, hayatında belki yüz germe yapmamış estetik cerrahlara sırf daha ucuza iş olsun diye hasta götürerek adımızı lekeleyen işler ortaya çıkardılar. Saç ekiminde sağlık personeli olmayanlar, apartmanlar koşullarında ekim yapan kişiler vardı sektörde. Apartman görevlisini şoförü gibi kullanıp; terliğiyle hırkasıyla elinde el yazısı bir kâğıtla hasta karşılamaya giden insanlar gördük. Sırf o dili biliyor diye (Arap dillerinin konuşulduğu gelişmemiş ülkelerinden gelen) hastaların teslim edildiği çevirmenlerin, işi daha ucuz ve kalitesiz yapanlara hastaları götürdüğünü ve aradaki ücret farklarını da kendi hesaplarına geçirdiklerini duyduk.

Böylece yaşanan bu sorunlardan dolayı önü açık ve başarısı düzeyi yüksek olan bu sektör sekteye uğradı. Sadece fiyat odaklı bir rekabete yol açtığı görüldü. Haliyle fiyat rekabeti yapan her sağlık kurumu ya da aracı, hizmet kalitesinden ödün vererek, iş gücü maliyetlerinden kısmak için profesyonel olmayan kişilerle çalışmaya devam etti. Sonrasında da bu pazar neden küçüldü? Hatta bu pazar neden bitmek üzere sorularına sıra geldi.

Neler yapılmalı?

Sağlık hizmeti veren kurumlar ne kadar kendi içlerinde bir departman kursa da bu hastane içi refakat ve memnuniyet sağlamak için olmalıdır.

Aracı kurumlar diğer tüm hizmetleri en üst düzeyde anlaşmalı oldukları kurumlara vermelidir.

Pazarlama faaliyetlerinde de koordine gidilmelidir.

Ancak bu şartlarda bu pazar daha büyür ve eski şaşalı günlerine geri dönebilir. ■

map2heal
global health guide

Turkish Healthcare
THTC
Turkey
Travel Council



Dünyanın En İnovatif
Sağlık Turizm
Portalı ile tanışın

Map2heal Ne Yapıyor?

Map2heal Türkiye'deki Sağlık Profesyonellerini farklı dillerde online ortamda tüm dünyaya tanıtmayı ve Türkiye'nin sağlık Turizmindeki payını arttırmayı hedefleyerek ortaya çıktı. Bunu yaparken de sağlık sektöründeki bazı noksanlıklara çözüm bulmak için teknolojik yeniliklere imza attık.

Map2heal şu ana kadar online ortamda,

- Randevu alma,
- Medical DICOM dosyaları transfer etme ve görüntüleme,
- Hekimlerin kendi arasında vakayı tartışabildikleri online ortam olan Online Konsültasyon,
- Otomatik çeviri özelliğine sahip Chat ve video alt yapısı,
- Gelişmiş video konferans ve grup toplantısı,
- Ayrıntılı sağlık profilleri

gibi ve daha sayamadığım birçok teknolojik çözümü online ortamda sağlık sektörüne taşıdı.

Şu anda müşteri ve iş ortaklarımıza sunduğumuz ürünleri 2 kategoriye sokabiliriz.

Bunlardan ilki "Cloud-Pro" dur bu ürün ile istenilen standartlara uyan gerçek sağlık kurumlarının kendi domainleri altında Map2heal ile entegre çalışmalarını sağlıyoruz.

Sistemi standart bir web sitesi olarak tasarlamayıp, devasa bir sağlık networküne dahil etmemizden dolayı Müşterilerimizin arama motorlarında üst sıralarda çıktıklarını görebilmekteyiz.

Bu ürünün sektöre sağladığı yenilik, partnerlerimizin web işlerini sürekli güncellenen bir yapının altında outsource yapmalarının yanında, yurt dışından hasta kazanmalarını sağlamak ve bunu Map2heal'in belirlediği güvenilir prosedürleri izleyerek doğru bir şekilde gerçekleştirmelerini sağlıyoruz.

İkincisi ise Online hasta teklif sistemidir. Bu sistem ile Cloud-Pro Partnerlerimizden veya yurt dışındaki network ofislerimizden sisteme düşen hastalar online ortamda ilişkili sağlık kurumlarından ayrıntılı fiyat teklifi alabilmektedirler.

Online teklif sistemi, hastayı ve sağlık kurumunu güvenceye alacak şekilde belli prosedürler ile işlemektedir. Bu sistem ile hastanın ne zaman nerede olacağı, hava alanından nasıl alındığından tutun, nerede misafir edildiği ve taburcu olduktan sonraki süreçte dahil birçok ayrıntı online ortamda sunulabilmektedir.

Fikir Nereden Çıktı?

Sağlık dünyanın neresinde olursanız olun önemlidir ve paha biçilemez bir değer taşır. Ancak dünyanın her noktasında Türkiye'de var olan kalitede sağlık hizmeti sunulamıyor. Temel sorunlar, servisin ya çok pahalı olması yada istenilen kalitede olamaması.

Bu nedenle tıpta var olduğumuz yerin değerinin bilince varmamız gerektiğini fark ettik ve Map2heal teklif sistemini ortaya çıkarttık.

Sağlık Turizminde Türkiye Pazar Payı Nedir?

Özel sektörde Sağlık turizmi için bizim dışımızda atılmış somut bir ARGE adımı yok, Dünya çapında her yıl 10 milyon hasta sağlık turizmini besliyor, biz ise bunun sadece 3%'üne sahibiz. Ancak bu bile 300.000 kişi demek. Map2heal ile pazar payımızı ve güvenilirliğimizi arttırmanın yanında sağlık servisi veren her kurumun doğru çalışmasını da sağlıyoruz.

Map2heal sağlık turizmine ilk adımlarını geçen yıl attı bu nedenle henüz yüksek bir başarı oranı beklemiyoruz ancak su anda bile aylık ortalama 150 yabancı hastaya hizmet veriyoruz. Elbette ki bu sayı gün ve gün artmakta.

Map2heal'de teklif sistemi nasıl işliyor?

Öncelikle şeffaf bir yapı içinde çalışıyoruz. Network ofislerimiz ile hastanın, kendi dilinde iletişim kurabilmesini sağlıyoruz. Sisteme kayıt olan her hasta, önce gideceği bölgeyi seçiyor daha sonra ise rahatsızlığı ile ilgili bilgileri veriyor, var ise medikal dosyalarını sisteme yüklüyor. Bu süreci şirketimizde görevli hekimler takip ediyor ve bir yanlış anlaşılmamın oluşmasını engellemeye çalışıyorlar. Hastanın seçtiği tarih aralıklarına ve rahatsızlığına ait medikal alana göre sağlık kurumları listeleniyor ve hepsinden fiyat teklifi isteniyor. Bir hastaya tekliflerin gelmesi ortalama bir iki günü buluyor. Teklif içerikleri yapılacak medikal müdahaleleri, riskleri, kurumun başarı oranını ve expert hekimlerin bilgilerini içeriyor.

Hasta tekliflerden birini seçtiği zaman ise ikinci adım olan hasta takibi başlıyor. Yani sistem hastanın ne zaman hangi uçak ile ne zaman nereye geleceğini, konaklama ve refakatçı bilgilerini alıyor. Buna göre hizmet alıncak kurumun hazır olması sağlanıyor ve her iki tarafada gerekli bilgilendirme mesajlarını atıyor. Olur da bir terslik yaşanır ise de elde edilen veriler ışığında sorun çözüme ulaştırılıyor.

Neden zor yol? Neden CLOUD-Pro?

Map2heal kuruluşu olarak geliştirdiğimiz sistemi sağlık tarayıcılarına en güvenilir hizmet ile sunmak istedik. Bu nedenle beraber çalışacağımız partner sağlık kurumlarını özenle seçiyoruz. Şimdiye kadar bize üye olan kuruluşları kullanarak sadece kendi adımızı ön plana çıkarabilirdik ancak biz bunu yapmadık, zor yolu seçtik.

Bu gün internet pazarında yabancı dilli olmak şartı ile sağlık paketleri satan birkaç site var. Ancak bunların işleyişi tamamen sağlık kurumunun ve sağlık tarayıcısının parasını sömürmek üzerine kurulu. Biz öncelikli olarak bunun önüne geçmeye çalıştık. Mevcut sistemde var olan bu web platformları sağlık kurumunun girdiği sağlık paketini kendi domaini üzerinden yayınlıyor ve bunun için de sağlık kurumundan para alıyor. Sağlık kurumu para ödemeyi kestiği anda paketi ve tüm yatırımı çöpe gidiyor. Uzun vadede ise faydayı komisyoncu sağlık platformu sağlıyor çünkü arama motorları hastane sayfasını değil komisyoncunun paket sayfalarını öne çıkartmış oluyor. Işte bu uzun vadede sağlık kurumlarına verilen zarar oluyor ve milyonlar bu şekilde yurt dışındaki firmalara akıyor.

Kısa vadede ise sağlık tarayıcıları hiç bir zaman direkt olarak irtibat kuramadıkları sağlık kurumlarına, adilliğinden emin olamayacağınız bir dağıtım sistemi ile dolaylı olarak yönlendiriliyor ve sağlık ücretine ekstra komisyon yansıyor.

Bizim ise farkımız zor bir metodu seçerek her sağlık kurumuna özel web altyapısı yaratmak oldu. Bu sisteme tüm yapıların birbiri ile ilişkili olması nedeni ile cloud-pro adını verdik. Cloud-Pro tamamen sağlık kurumunun kendi domaini altında çalışan ve sağlık kurumunun yetkilendirdiği kişilerin özgür iradesiyle kontrol edilebilien bir sistem. Bu yapı ile sağlık kurumları kendi hedefledikleri dil ve bölgelerle ilişkilendirilecek şekilde içerikler ve online hizmetler verebiliyor. Böylece sağlık kurumlarımız devasa uluslararası departmanlar kurmak yerine hali hazırda olan çalışanları ile internetten yurtdışındaki hastalara ulaşabiliyor. Böylece kendi içerikleri ile kendi domainlerine katkı sağlamış oluyorlar. Ayrıca hiçbir ekstra ücret edemenden cloud-pro ile Randevu alma, Medical DICOM dosyaları transfer etme ve görüntüleme, Hekimlerin kendi arasında vakayı tartışabildikleri online ortam olan Online Konsültasyon, Otomatik çeviri özelliğine sahip Chat ve video alt yapısı, Ayrıntılı sağlık profilleri gibi birçok yazılımsal servisi de sağlayabiliyorlar. Böylece uzun vadede sağlık kurumunun kendi kazanıyor ve arama motorlarına üst sıralarda çıkabiliyor.

Kısa vadede ise sağlık tarayıcıları Cloud-pro'su olan sağlık kurumunun sayfasına girerek kendi dilinde hastane ile iletişime geçebiliyor. Sağlık kurumlarının yetişemediği yerde ise Map2heal hasta ile iletişim kurulmasına yardımcı olabiliyor. Ayrıca bir iletişim sorunu yaşamamak için cloud-pro üzerinden gelen hastalar kendi dillerinde hizmet verebilen danışman doktorlar tarafından yorumlanabiliyor.

Başka projeniz olacak mı?

Bu soruya cevabımız hem evet hemde hayır olacak. Evet çünkü; şu anda TUBİTAK tarafından desteklenen, medikal verilerin anlamdırılması, online ortama eş zamanlı olarak yayınlanabilmesi ve yayının işlenmesi ile ilgili global bir proje hazırlıyoruz. Hayır çünkü; tüm bu sistemler Map2heal altında, Cloud-pro ile entegre çalışabilecek şekilde modüler olarak hazırlanıyor. Dolayısıyla bizimle çalışan tüm partnerlerimiz bu sistemlerden yararlanabilir olacak.

Bahsetmiş olduğumuz bu proje ile ilaç sektöründeki araştırmalardan, evde bakım, uzaktan hasta takip sistemleri ve askeri sıhhiye ürünlerine kadar birçok sektöre katkı sağlamayı planlıyoruz. Su anda geliştirmekte olduğumuz ve ayrıntısını veremeyeceğimiz birkaç pilot uygulamamız bile var bu konuda.

Wellness ve Termal Sağlık Turizminde Global Perspektif

YUNUS GÜRKAN - TÜRKİYE SAĞLIK TURİZM KONSEYİ - GENEL SEKRETERİ
GLOBAL SAĞLIK TURİZM KONSEYİ - DİSİPLİN KURUL BAŞKANI



Uzun yıllar konuşmacı olarak katıldığım medikal ve sağlık turizm kongre, zirve ve etkinliklerinde; umumiyetle Türkiye'nin zengin jeotermal kaynak zenginliklerini anlattım. Dünya sağlık turizminde ağırlıklı olarak Türkiye'nin termal sağlık tedavilerini sergileyen sunumlar yaptım. Monte Carlo, Dubai, Kiev ve Bakü'de düzenlenen sağlık medikal konferanslarında yaptığım konuşmalarda hep Türkiye'nin termal sularını ve mucizevi tedavilere vesile olan mineral zenginliğini öne çıkardım. En son Kuşadası'nda katıldığım 8. Uluslararası Sağlık Turizm Kongresi'nde de, Türkiye'deki güncel gelişmelerin yanı sıra "Wellness Şifa ve Termal Sağlık Turizminin Global Perspektifi" üzerine kurulu bilgi paylaşımında bulundum.

Healing Generations for Centuries

''Yüzyıllardır kuşaklara, jenerasyonlara şifa veren tedavi eden Anadolu toprakları"

Anadolu toprakları yüzyıllardır tarihin tüm nesillerine mucizevi suları ile şifa dağıttı. Sağlık sunan bu topraklardaki muhteşem ivme, sağlık turizminde günümüze gelindiği şeklinde dünya çapında yerini aldı. Güçlü hekim kadroları en son teknoloji ile donatılmış hastane ve klinikleri ile bir dünya markası haline geldi.

GLOBAL HEALTHCARE TRAVEL COUNCIL - HT8 AMMAN DEKLARASYONU

GLOBAL HEALTHCARE TRAVEL COUNCIL

"Global Healthcare For All"

"Our long-term vision is to become a model organization for promotion and delivery of healthcare services to all world citizens"

Türkiye Sağlık Turizm Konseyi'nin (THTC) öncülüğünde; 2013'te Monaco, Monte-Carlo'da 14 devletin katılımıyla kurulan "Global Healthcare Travel Council- GHTC"de 3 sene Genel Sekreterlik yaptıktan sonra bu dönemde ise konseyin Disiplin Kurul Başkanlığı'nı yürütüyorum. GHTC, dünya sağlık turizm alanına yeni bir ivme kattı. Ülkelerinde sağlık turizmi ile ilgili platformları olmayan ülkeler yeni yeni sağlık turizm konseyleri kurarak global arenada yerlerini almaya başladılar. Bunlardan Romanya, Yunanistan, Ukrayna'da kurulan dernek ve konseyler bugün küresel sağlık turizm alanında ciddi söz sahibi oldular.

Amman Deklarasyonu'nun amacı

Amman Deklerasyonu ile asıl amaç dünya üzerinde sağlık turizmi ile ilgili tüm paydaşların konseylerin, kümelerin çağdaş yaklaşımlar sergileyerek sadece "Medikal, Diş, Göz '' olarak bilinen sağlık segmentlerini daha açık ve net bir deklarasyonla "Global Sağlık Turizm Dünya"sına açıklamak oldu. Bunun öncülüğü yine THTC -Turkish Healthcare Travel Council- liderliğinde yapıldı. 2017 Şubat ayında Amman Ürdün'de düzenlenen Global Healthcare Travel Forum sonuç deklarasyonunda sağlık turizminin 8 ana segmentini "HT8" i ortaya çıkaran "Amman Deklarasyonu 2017"ye imza atıldı. Böylece dünya çapında uluslararası bir forumda termal sağlık turizmi de yerini almış oldu. Bu 8 segmentte daha net bir şekilde bilinirlik sağlandı.



"Çağdaş Sağlık Turizmi" başlığı altında sırasıyla;
1. MEDİKAL TURİZM
2. DENTAL TURİZM
3. TERMAL TURİZM
4. WELLNESS TURİZMİ
5. SAĞLIK İÇİN SPOR TURİZMİ
6. SAĞLIKLI BESLENME TURİZMİ
7. ENGELSİZ TURİZM
8. İLERİ YAŞ TURİZMİ

"Amman Deklarasyon"u ile "Dünya Sağlık Turizmi" literatüründe yerini aldı.

Termal sağlık turizmi ve EHTTHA

Termal sularımızın Avrupa ve dünya çapında markalaşması yolunda çok ciddi çalışmalar yaptık. Avrupa Tarihi Termal Kasabalar Derneği de (EHTTA) bunun en





önemli platformlarından biri. Bu çalışmalar çerçevesinde de muhteşem termal suları ve yüzlerce yıllardır tedaviler sunan Bursa, Türkiye'nin ilk EHTTA üyesi olarak bu dernekte yerini aldı. Daha sonra da Pamukkale EHTTA üyesi oldu.

2009'da Brüksel'de 6 kurucu ülke üyesi ile kurulan EHTTA, günümüzde 13 ülke 40 aktive üyeden oluşan dünya çapında saygın bir organizasyon olarak etkinlikler düzenliyor, tarihi termal kentler ve bölgeleri tanıtmaya ve dokularını korumaya devam ediyor.

Bu çerçevede "GHTC-Global Healthcare Travel Council'' delegeleri olarak, EHTTA ve Azerbaycan Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın davetlisi olarak 30 Mayıs 2018'de; Azerbeycan Galaalti'da gerçekleşen EHTTA (http://www.ehtta.eu/) Genel Kurulu'na katılma fırsatı bulduk.

Galaalti (http://www.qalaalti.com/en/about/galaalty/) kasabası 21 Ocak 2016 tarihinde Paris'te yapılan toplantıda EHTTA İcra Kurulu kararı ile EHTTA Avrupa Tarihi Termal Kasabalar Birliği üyesi oldu. Galaalti, EHTTA üyeliği ve desteği sayesinde markalaşma yolunda ciddi bir ivme içinde. Galaalti Kasabası, kristal berraklığında havası ve hayat veren suyu ile kurulduğu



günden bu yana da "kaplıca kenti" olarak kabul ediliyor. Galaalti suyu, dünyadaki petrol menşeli organik madde bileşimi ile bilinen tek tıbbi su. Bu su, çeşitli ürolitik hastalıkların tedavisinde kullanılıyor. İnsan vücudu üzerinde hem yapısal hem de fizyolojik etkisi ile de orjinal.

"DÜNYA SU GÜNÜ" ve "GELECEK"

EHTTA katkıları ile etkinlik kazanan "Dünya Su Günü"nde her yıl 22 Mart'ta suyun önemine dikkat çekiliyor. Dünya Su Günü 2018'in teması "Su İçin Doğa" ise 21. yüzyılda karşılaştığımız su sorunlarına doğaya dayalı çözümler keşfetmek üzerine temalandı.

7. Uludağ Ekonomi Zirvesi

2018 yılı başında "Ekonomist ve Capital Dergileri"nin düzenlediği Türkiye'nin Davos'u olarak anılan "7.Uludağ Ekonomi Zirvesi" ne katılma imkanım oldu. Türkiye'den ve dünyadan bin 200'e yakın katı-





lımcıyı ağırlayan zirvenin bu yılki ana teması "gelecek" oldu.

Global Fırsatların Geleceği, Türkiye'nin Geleceği, Tarımın Geleceği, Dijital Gelecek, Üretimin Geleceği, Toplumun Geleceği, Bankacılıkta Finansın Geleceği, Global Ekonominin ve Gelişmekte olan Ülkelerin Yarını, Dijitalleşme Çağında Fırsatlar, Avrupa'nın Geleceği, Yeni Bir Geleceğe Doğru ve de Sağlığın Geleceği de zirvedeki diğer konular arasında yerini aldı.

Ekonomiye yön veren dev şirketlerin yöneticileri ve yöneticilerinin katıldığı "Sağlığın Geleceği" panelinde konuşmacıların vurguladığı en önemli konuların başında ise, sağlıklı yaşam kentleri, şifalı koşulların, natürel tedavilerin her yaşa uygulanabildiği mekanlar ve ortamlar üzerinde sağlığın geleceği geldi.

Burada ortaya çıkan en önemli unsur "Sağlıklı Yaşam Kentleri" ve benim de yıllardır üstünde durduğum ve her zaman dile getirdiğim klinik otel konseptleri. Klinik otel konseptlerinin fizik tedavi birimleri ile donatılarak, bu gibi ünitelerin termal su bulunan havzalarda oluşması ve ilave olarak; geriyatri, yaşlı bakım ortamları ve kliniklerini içinde barından yaşam alanları oluşması şeklindeydi.

"Global Wellness Day"

Türkiye'nin öncülüğünde ivme kazanan ve 2012 yılında dünyada iyi yaşamaya adanmış ilk gün olarak Türkiye'de kutlanmaya başlanan ve dünya genelinde kabul gören "Global Wellness Day", 2017 yılında 100 ülkede 4 binden fazla noktada kutlandı.

On binlerce kişi "Global Wellness Day"in çağrısına kulak vererek kendine "Daha iyi yaşama" sözü verdi. "Bir gün tüm yaşamınızı değiştirebilir" sloganıyla, her yıl artan bir katılım ile Haziran ayının 2.cumartesi günü dünya çapında kutlanılan uluslararası "İyi Yaşam Günü" etkinliğine dönüştü.

Küresel akımlar

Genel bir tabloya bakacak olursak; Uluslararası Araştırma Kuruluşu SRI nin raporuna göre; Küresel Spa sektörü 2012-2017 yılları arasında küresel ekonomik büyümeden daha hızlı bir büyüme kat etmiştir ve şu anda dünya çapındaki değeri 600 milyar dolara yakındır. Küresel olarak Spa sektörü yıllık yüzde 7.7'lik bir büyüme oranı ile 2012 yılında 860 milyon dolarken, 2015 yılında 523 milyar dolara ulaşmıştır.

> Bana göre en çok dikkat çeken unsur büyüme oranıdır. Sağlık turizmi toplam turizmden daha hızlı büyüyor.

Spa merkezleri, şifa wellness termal sağlık turizmi sektörü için ana bir unsurdur. Spa turizmi harcamaları global wellness harcamalarının yüzde 47'sini yansıtmaktadır ve 2015 yılında Spa turizmi seyahatlerin 306.7 milyonundan sorumlu olmakla beraber Wellness turizmine 523.7 milyar dolar gelir sağlamıştır. Aynı zamanda Spa merkezleri ana bir istihdam sağlayıcısıdır. 2010 yılında istihdam sayısı 1.4 milyon iken, 2016 yılında bu rakam 1.9 milyona ulaşmıştır.

Asya-Pasifik, Avrupa ve Kuzey Amerika'da termal turizm

Spaların çoğu Asya-Pasifik, Avrupa ve Kuzey Amerika'da faaliyet gösteriyor. Bu bölgelerin toplam geliri ise dünya Spa merkezlerinin yüzde 86'sını kapsıyor.

Asya-Pasifik şu anda 31 bin 190 Spa ile dünyanın en çok Spa merkezine sahipken en büyük Spa pazarı; Spa başı yüksek ortalama getirisi yüzünden hala Avrupa'ya ait.

Açıkça, Çin termal turizmden, bölgede küresel düzeyde en yüksek gelir elde ederek ilk sırada yer alıyor. Çin'in termal turizm sektöründe 2005'te 7.5 milyar dolardan, 2016 yılında sektör için umut verici bir görünüm veren 14.08 milyar dolar ile yıllık yüzde 37'lik ortalama büyüme gerçekleştirdiği görülüyor. Termal Turizm Endüstrisi 2016'dan bu yana da sürekli büyüyor.

2015 yılı sonu itibariyla, Çin'in termal ziyaretçi sayısı 60 milyonu geçti. Ayrıca ve Global Sağlık Enstitüsü'ne göre, Çin'de şu anda 560 kaplıca merkezlerinde yıllık harcama yaklaşık 19,5 milyar dolar olup, 200 yeni kaplıca ise özelliklerini geliştirmek için ek 48.9 milyar USD yatırım yapmayı planlıyor.

Global Sağlık Örgütü'nün "The Global Spa & Wellness Economy Monitor" e göre;
Çin'de 560 sıcak kaynak tesisi mevcut olmakla beraber önümüzdeki yıllarda 200 tesisin daha açılışı yapılacak. Sıcak kaynak suyu turizmine yönelik yatırımlar, Çin'de 2014-2016 yılları arasında yılda yüzde 10'luk bir büyüme sergiledi. "The Global Spa & Wellness Economy Monitor" de bu sektörün dünya genelinde her ülkede büyüme potansiyeli taşıdığının altını çiziyor.

Çin termal sektöründe lider olarak bilinmesine rağmen, Japonya da

termal turizmdeki ünü ve; resmi 2015 (Global Sağlık Enstitüsü, 2016) kayıtlarına göre; 17 bin 653 adet kaplıca "Onsen" Termal tesisleri ile dünyada en yüksek sayısı, her yıl 140 milyondan fazla ziyaretçi çekmesi nedeniyle pazar liderlerinden biri olarak kabul ediliyor.

Japonya 2016'da, 19.4 milyon ziyaretçi ağırlarken, bir önceki yıla göre 47'lik bir artışla 2020 yılında yapılacak Olimpiyatlar nedeniyle 24 milyonu tekrar gelen gelen misafir olarak 70 milyon civarında yabancı ziyaretçiyi bekliyor.

Şaşırtıcı olarak Spa gelirindeki en büyük büyüme Afrika'nın Aşağı Sahra Bölgesi'nde ve Ortadoğu ve Kuzey Afrika'da görülüyor. Bütün bu bölgeler düşük bir temelden gelişmiştir, fakat hızlı ilerlemeleri Güney Afrika, Nijerya, Birleşik Arap Emirliği ve Suudi Arabistan gibi güçlü ekonomik büyüme yaşayan pazarların oluşturduğu talep sayesinde meydana gelmiştir. Fas ve Botsvana gibi ülkelerde meydana gelen turizm büyümesi ve Birleşmiş Arap Emirliği'nde devam eden lüks turizm komplekslerin inşası, Wellness ve Medikal Spa sektörünü de tetiklemeye yardımcı oluyor.

Spa sektörünün gelirine göre dünyanın en büyük pazar payına sahip olan Avrupa güçlü performans sergilemeye devam ediyor. Araştırma bunu Almanya ve Fransa gibi elastik pazar yapısına sahip olan tradisyonel Batı Avrupa ülkelerine ve Rusya, Polonya ve Türkiye gibi doğu Avrupa ülkelerinde meydana gelen büyüme ile açıklıyor.

Wellness Tourism: healthy and wealthy

Wellness turizmi; "Sağlıklı ve varlıklı"

Wellness sektörünün geleceği sağlıklı görünüyor. Spa sektörüne 2018 yılı için öngörülen yatırım miktarı ise 21.7 milyar dolar. Devam eden yatırımlar beraberinde vasıflı çalışanlara yönelik talebi de artıracak.

Bu sektör birkaç Asya-Pasifik ve Avrupa ülkesinde yoğunlaştı. En iyi 10 ülke gelirlerin yüzde 85'inden sorumlu. Şu anda 103 ülkede 26 bin tesis mevcut ve bunlardan sadece 6 bin 500 tanesi spa alanına yönelik servisler sunuyor. Raporun öngörülerine göre gelecekte daha çok termal/mineral kaynak tesisi oluşturulacak.

Yine "Global Sağlık Örgütü" "The Global Spa & Wellness Economy Monitor"a göre "Wellness" turistleri gittikçe doğal ve otantik deneyimler arıyorlar ve çoğu termal/mineral tesisler az gelişmiş varsayılıyor veya Spa'ya yönelik servisler sunulamıyor. Bu nedenle dünya çapında gelişim ve büyüme adına büyük bir potansiyelin mevcut olduğu belirtiliyor. Avrupa'da birçok doğal termal kaynağın mevcut olduğu belirtilirken, bu sayede bu doğal sulardan faydalanmak için müşteriler uzun mesafeler kat etmek zorunda kalmıyorlar. Almanya, Avusturya, İsviçre ve İtalya gibi ülkelerin doğal kaynak suyu kullanan birçok muhteşem Termal ve Wellness merkezine sahip olduklarını da izliyoruz.

Küresel Spa Wellness ve termal turizmi endüstrisine yönelik ana araştırma dünya genelinde çeşitli bölgelerde "Spa Wellness" ve termal turizminde meydana gelen akımları detaylı bir şekilde sergiliyor.

Küresel Wellness turizminin geliri 600 milyar dolar yakın olmakla birlikte toplam turizm giderinin yüzde 14.6 ünü kapsıyor. Toplam olarak 686.5 milyon insan 2018 yılında Wellness turizmi seyahati gerçekleştirmesi bekleniyor. Bu rakam 2017 yılından yüzde 12 daha fazla olacağı öngörülürken, araştırmaya göre; 2018-2019 yılları arasında, Wellness turizmindeki büyüme bütün bölgelerde toplam turizm büyümesinden daha fazla olacağı belirtiliyor. Seyahat sayısına bakıldığında Avrupa 216 milyon ile en büyük Wellness turizmi pazarını oluşturuyor. Harcamalara bakıldığındaysa, Kuzey Amerika 195.5 milyar dolar ile en büyük pazarı oluşturuyor.

Asya-Pasifik, Afrika ve Ortadoğu da Wellness turizmi hızla büyüyor. Asya-Pasifik bölgesi seyahat sayısındaki en güçlü büyümeyi yerli ve yabancı turist sayısının 2015-2016 yılları arasında 32 milyon kadar artması ile yaşıyor. 2016 yılında toplam 151.9 milyon Wellness seyahatinin bölgedeki geliri yüzde 21 katlayarak 84.1 milyar dolara ulaştırdığı da görülüyor.

Spa sektörünün gelirine göre dünyanın en büyük pazar payına sahip olan Avrupa güçlü performans sergilemeye devam ediyor. Araştırmalar bu durumu; Almanya ve Fransa gibi elastik pazar yapısına sahip olan tradisyonel batı Avrupa ülkelerine ve Rusya, Polonya ve Türkiye gibi doğu Avrupa ülkelerinde meydana gelen büyüme ile açıklıyor.

Yine araştırmaya göre Hindistan wellness seyahatlerinde olan büyümede ilk sırada yer alırken; bu büyümede Ayurveda'nın artan popülaritesinin de etkisi olduğu sanılıyor. Güçlü büyüme yaşayan diğer ülkeler ise şöyle sıralanıyor: "Çin, Amerika Birleşik Devletleri, Hindistan, Vietnam, Endonezya, Tayland, Türkiye ve Fas."

İş gücü kapsamında "Wellness ve termal sağlık turizmi"

Spa sektörünün geleceği sağlıklı görünürken, Spa sektörüne 2018 yılı için öngörülen yatırım miktarı ise 21.7 milyar dolar. Devam eden yatırımlar beraberinde vasıflı çalışanlara yönelik talebi arttıracak ve



araştırmanın yürüttüğü tahmine göre; 2018 yılında küresel olarak 2.7 milyon insan Spa merkezlerinde çalışacak.

İş gücü yaratılması kapsamında "Wellness" ve termal sağlık turizmi önemli bir rol oynuyor. Bu sektör doğrudan 14.5 milyon insana iş imkanı sağlarken, dolaylı yoldan da 32.8 milyon bu sektör sayesinde istihdamdan faydalanabiliyor.

Spa turizminin küçük bir bölümü 51 milyar dolar ile termal/mineral kaynak sektöründen oluşuyor. Rapora göre gelecekte en büyük büyüme ise bu alanda meydana gelecek.

"Global Wellness Institute" ve "Global Wellness Economy Monitor" 2015 istatistiklerine göre; Küresel anlamda termal sağlık turizm endüstrisinin dünya ekonomisine direk etkisi 51 milyar dolar, endirekt katkısı 108 milyar dolar ve küresel ekonomiye geniş kapsamda etkisi ise 158 milyar dolar. Bunun yanı sıra termal yatırımlar ve termal sağlık turizm trafiğinin işgücüne direk etkisi 1,4 milyon kişi olurken, endirekt katkısı 2,5 milyon kişi ve geniş kapsamda etkisi 3,9 milyon çalışan olarak açıklanıyor.

İleriye yönelik engeller

"Global Spa & Wellness Ekonomisi Monitör" üne göre; Wellness ve Termal turizmi sektörünün karşısına çıkabilecek en büyük sorun, sektörün aynı hızla büyümeye devam ettiği taktirde donanımlı personel eksikliği olacak.

Ek olarak düşüncemiz; sektör "Wellness" ürünlerine yönelik toplam müşteri talebini karşılamakta zorlanacak. Gittikçe daha fazla insan genel sağlık durumlarını daha iyi hale getirebilmek ve önleyici adımlar atmak adına termal ve "Wellness" sektörüne yönelecek. Bu yüzden sektörün daha fazla yatırıma ihtiyacı olacak ve talebi karşılayabilmek adına daha fazla Termal ve Wellness tesisine ihtiyaç duyulacak. Çoğu vakada Spa içeren lüks oteller yeterli olmayacak, çünkü insanlar stres atabilecekleri, dinlenebilecekleri ve bedenlerini ve zihinlerini yenileyecekleri tesisler arayacak.

Bunun yanı sıra "Spafinder Wellness-UK"ın araştırmalarına göre; seyahat acentelerinin "Wellness" ve termal ürünlerini tam olarak anlamadıklarını ve bu ürünlerin nasıl pazarlanması gerektiğini

Economic Impacts of the Thermal/Mineral Springs Industry, 2015

	Thermal/Mineral Springs Industry Direct Impact	Indirect & Induced Impact	Thermal/Mineral Springs Industry Economy-Wide Impact
Thermal/Mineral Springs Industry Revenues	$51 billion	$108 billion	$159 billion
Thermal/Mineral Springs Employment	1.4 million jobs	2.5 million jobs	3.9 million jobs

Source: Global Wellness Institute, Global Wellness Economy Monitor, January 2017

GLOBAL WELLNESS INSTITUTE



bilmediklerini vurguluyor. Bu problemin üstesinden gelebilmek için "Spafinder Wellness UK" iki çözüm sunuyor. Birincisi daha iyi eğitim ve ikincisi Wellness ve Termal sağlık turizmi seçeneklerinin daha fazla broşüre dahil edilmesi. Bu problemlere rağmen hem araştırmalara hem de kanaatimize göre; Wellness ve Termal Sağlık turizmi sektörü, tüketicilerin yaşlanmaya ve strese karşı ve sağlık destekleyici terapilere yönelik taleplerinin artması ile büyük patlama yaşayacak.

Termal suları dünya çapında hareket halinde !

ITB Berlin Fuarı'ndan notlar

Termal suları dünya çapında hareket halinde. Bunun da en güzel örneğini katıldığımız dünyanın en büyük turizm fuarlarında da görüyoruz. Visa ve Oxford Economics tarafından hazırlanan bir rapora göre; medikal turizm, milyarlarca dolar değerinde bir sektör. Dolayısıyla, dünyanın en büyük turizm fuarı borsası olan ITB Berlin'de 2018 için daha büyük bir salona taşınması da sürpriz olmadı.

İlk defa düzenlenen sağlık turizm medya öğle yemeğinde; uluslararası gazetecilere konuşan ITB Berlin CSR komisyon üyesi Rika Jean Francois, "Sektörün büyümesinin kaliteli ve hesaplı sağlık hizmeti arayan insanlar tarafından kendi pazarında bulunmayabilecek uygun fiyatlı hizmetleri takip ederek ve eğer cazip bir destinasyon da bulabilirlerse, o zaman daha hareketli ve dinamik bir akım yaratarak bu sektörün sürecini canlandırmaya yardımcı olmaktadırlar" demiştir.

Bu sene ilk defa geniş kapsamlı bir katılım ile hayata geçirilen Sağlık Turizm Pavyonu'nda Almanya, Türkiye, İtalya ve Ürdün'ün de aralarında bulunduğu sağlık sektör katılımcıları yer aldılar. ITB Berlin 2018 boyunca sağlık turizm konularına ilişkin görüşlerini ortaya koydular.

Danışma Kurulu Üyesi bulunduğum Amerika Los Angeles merkezli "Wellness Travel Worldwide" in kurucu başkanı Camille Hoheb'in özel konuşmacı olarak katıldığı Berlin ITB Turizm fuarında sunumunda yaptığı ilginç açıklamalarını da bu vesile ile paylaşmak isterim.

Camille Hoheb, **"**Wellness yaşam tarzı için bir yaklaşım ve bu yüzden seyahat endüstrisinin sağlıklı yaşam ihtiyaçlarına uyum sağlamaktır" diyor ve şunları ekliyor: "Sağlık insanların seyahat etme şeklini ve bilinçli bir içeriğe sahip olduklarından değiştirdi. Sağlıklı yaşam danışmanlığına göre; sadece oteller değil, aynı zamanda havalimanları ve havayolları da müşterilerinin refah ihtiyaçlarını karşılamak üzere hizmet şekillerini değiştiriyor. Havaalanları artık yolculuğun bir parçası değil, bir varış noktası haline geldi. Havaalanlarında bir rönesans var. Daha çekici hissetmek, kendinizi daha rahat hissetmeniz ve paranızı daha verimli bir şekilde harcamanıza yardımcı olmak için tasarlandılar. Yeni havaalanları, manzara resimleriyle doğal ışıklandırma kullanarak camdan inşa edilmekte. 2018'de açılması beklenen Mexico City'deki yeni uluslararası havalimani, ferah alanlara sahip devasa bir terminal binasıdır. Havalimanları daha fazla sürdürülebilirliğe yöneliyor, daha enerji verimli ve çok daha az malzeme kullanılıyor."

GÜZELLİK, SPA SAĞLIK... OTELLER İÇİN BİR SONRAKİ BÜYÜK TREND NEDİR?

RLA Resource for Leisure Assets Grup Direktörü Laszlo Puczko'ya göre;

Bu zamanda yeni jenerasyon tesislerin yapıldığı bu devirde Spa veya sağlıklı yaşam merkezi olmayan yeni lüks otel düşünülebilir mi? Muhtemelen hayır.

Spa ve Wellness çok yakın bir zamana kadar farklılaşan bir hizmet unsuru değildi. Temel giriş seviyesinde bir hizmetti. Bu sadece tatil köyleri için değil, şehir ve hatta iş otelleri için de geçerliydi. Bununla birlikte, kaplıcaların veya sağlık ünitelerinin metalaştırılması ve standardizasyonu, sadece otel işletmesinin üst ucunu karakterize eder. Çok nadiren de üç yıldızlı bir tesiste tam hizmet Spa bulunabilir.

Bu değişikliklerin endüstrinin organik gelişmesinden kaynaklandığını söyleyebiliriz. Bazıları bunun dükkan vitrininin (çoğu durumda) yeniden boyamasından biraz daha fazla olduğunu söyleyebilir. Endüstrileri gözlemleyerek, her iki görüşün de doğru olduğu sonucuna varılabilir.

Oteller ve turizm beldeleri, yıllar önce kuaförlük, manikür, pedikür veya yüz bakımı gibi güzellik veya salon hizmetleri sunmaya başladı. Bu hizmetler neredeyse sadece kadın müşterileri hedefliyordu. Çoğunlukla yerel topluluktan gelen misafirleri de çekmekteydi.

Bu güzellik salonlarının çalışması, otelcilere (ve misafirler için) nispeten kolay ve anlaşılır bir öneriydi.

Termal ve wellness otellerde hizmet geliştirmenin bir sonraki aşaması, "medikal spa"nın tanıtımı ve genellikle "Spa"dan, bir spor salonundan bağımsız olarak gerçekleştirildi. Genellikle bir kaplıcanın gerçekte ne olduğu konusunda küresel bir anlayış ve anlaşma olduğu varsayılsa da, bu gerçekten geçerli değil.

Spa terimi, aynı sözcük altında çok farklı kavramları ve servisleri temsil edebiliyor. Uluslararası Spa derneği (iSpa), çeşitli Spa formları için bir takım tanımlar sunuyor. Yine de, bir "Spa"nın anlam ve hizmet özellikleriyle ilgili küresel bir anlaşma bulunmuyor. Dünyanın birçok yerinde bir Spa, güzellik ve vücut tedavilerinin (tipik olarak masajlar) birleşiminden daha fazla değildir. Diğer ülkelerde ıslak alanlar, örneğin; buhar odaları, havuzları ve saunalar tipik olarak modern bir otel Spa'sının standart unsurlarıdır.

Birçok tatil oteli, Spa'nın kilit satış unsuru haline geldiği çeşitli hizmetler geliştirdi. Sadece bir otel Spa'sı işletmek yerine, bu tesisler Spa otelleri ve wellness tatil köyleri haline geldiler. Dağlar, çöller, kıyılar veya bozulmamış doğal ortam gibi nefes kesen yerler, dünyanın dört bir yanındaki Spa otelleri ve tatil köylerinin gelişimine ilham verdi ve vermeye de devam ediyor. Doğal kaplıcalar veya el değmemiş kıyı alanları, çok özel kaplıca otelleri ve tatil köyleri için temel unsur olarak ortaya çıkıyor. Termal kaplıca veya "thalasso terapi", sırasıyla; İtalya, Almanya veya Macaristan gibi birçok Avrupa ülkesinde veya thalasso açısından Yunanistan ve Fransa'da bulunan konuklar, özel Spa otellerinde doğanın gücünün tadını çıkarabiliyor. Çok yakın zamanda otel yatırımcıları ve operatörleri, Spa danışmanlarını işe almaya başladılar ve sonuç olarak uzman Spa operatörlerini yeni sistemleri içine getirmeye başladılar.

Turizm Fuarları: "Wellness ve termal sağlık"

THTC (Turkish Healthcare Travel Council) olarak katıldığımız Londra, Berlin, Utrecht, Moskova, Dubai gibi dünyanın sayılı büyük turizm fuarlarında atak tanıtımlar gerçekleştirildi, buralarda gerçekleşen genel ve ikili görüşmelerde hem sağlık turizm sektörüne katkı sağlandı, hem de Türkiye'nin Termal Sağlık Endüstrisi'ne gerçek boyutta destek ve yeni bir sinerji gerçekleşti.

Bu türlü aktif tanıtımızı izleyen diğer ülkelerde "deniz kum güneş" in yanı sıra değişik turizm çeşitlerini termal hizmetlerini de sunmaya başladılar; Macaristan, Almanya, Slovenya ve uzak doğudan Tayland bu ülkelerden bazıları oldu. Bundan 3 sene önce genel Slovenya Ülke pavyonunda minik birer stand ve görselle Termal Sağlık Spa ve Wellness tanıtımı gerçekleştiren Slovenya Termal ve Wellness tesisleri, son dönemde muhteşem bir atılım ile markalaşma ve tanıtım platformunda ciddi bir sinerji yaratarak termal açıdan böylesine stratejik bölgede; rekabetin içinden sıyrılarak termal sağlık turizminin önemli bir ülke markası olduğu konusunu muhteşem bir şekilde ortaya koydu. GHTC' nin en son üyelerinden Slovenya'nın termal sağlık turizmindeki son 2-3 sene içindeki atılımını örnek alınması gereken şekilde izliyoruz.

"Mucizevi Termal Su" insanlık ve dünya sakinleri için binlerce yıl doğal tedavi oldu

İnsanlar sağlık durumlarını daha iyi hale getirebilmek adına termal ve wellness sektörüne yönelecekler, bu sebepten talebi karşılamak adına daha fazla wellness ve termal tesis gerekli olacaktır.

Bana göre; en çok dikkat çeken unsur büyüme oranıdır. Sağlık turizmi toplam turizmden daha hızlı büyümektedir.

Sağlık turizminin çok önemli bir parçası olarak termal sağlık turizminin markalaşması gerektiğine inanıyorum. Türkiye'nin 2023 hedeflerine ulaşması için termalin kendi içindeki dinamiklerinin çok belirgin bir biçimde markalaşarak öne çıkması gerekiyor. Katıldığımız kongrelerden birinde dünya turizm devi ve tur operatörü TUI Group'un Küresel Pazarlama Direktörü, "Biz markalaşmış otelleri tanıtıyoruz" diyordu. Bu, termal sağlık turizmi ve termal su ve fizik tedavi sunan klinik oteller için çok önemli bir mesaj. Türkiye'de termal otellerin ve bölgelerin, suyun kalitesi ve mineralleri ile markalaştırılarak öne çıkarılması gerekiyor.

Türkiye'de termal otellerin ve bölgelerin, suyun kalitesi ve mineralleri ile markalaştırılarak öne çıkarılması gerekiyor.

Son söz olarak...

Bir uyanış içinde olan termal su tedavili sağlık turizmi konusunda gerçek bir strateji ve plan hazırlanması gerekiyor. Özel sektör elinden geleni yapıyor. Ekonomi Bakanlığı birçok konuda çok ciddi destek sağlıyor ama Ekonomi Bakanlığı, Sağlık Bakanlığı, Kültür ve Turizm Bakanlığı bir araya gelerek bir sinerji oluşturmalıdır. Sonuçta yurt dışında kazanmamız gereken ciddi bir potansiyel var. 2023 hedeflerini termal sağlık turizmiyle yurt dışından sağlanacak akım ile yakalayabiliriz. Ancak buna hazırlıklı olmalıyız. Çünkü bizim reklamımızı bizi tercih edenler yapacak. O yüzden bu sektörde çalışan personelimizi bilhassa lisan konusunda eğitmeliyiz. Termal sağlık turizminde verilen hizmetin hijyenik olmasının yanı sıra konaklama mekanlarının da üst düzey tedavi sunan standartlarına ulaşması gerekiyor. ■

Acıbadem Health Point: "22 ülke 34 şehirde toplam 38 noktada"

İLYAS BENVENİSTE - ULUSLARARASI İŞ GELİŞTİRME DİREKTÖRÜ

Hollanda, Bulgaristan ve Makedonya'da 5 hastane, 6 tıp merkezine ek olarak, Acıbadem Health Point irtibat ofisleri 22 ülke 34 şehirde toplam 38 noktada yer alıyor. Atatürk Havalimanı'nda yer alan Health Point karşılama noktasına ek olarak ise Sabiha Gökçen Havalimanı karşılama noktası ile de yurt dışından gelen hastalara hizmet veriliyor. Uluslararası İş Geliştirme Direktörü İlyas Benveniste: "Devletin bu alanda uyguladığı teşvik politikaları sağlık turizmini desteklemek ve hareketlendirmek açısından son derece faydalı. Bu uygulamalar, sektördeki hastaneleri tanıtım konusunda teşvik ediyor ve bu alana girmek isteyen acenteleri de cesaretlendiriyor" diyor.

Acıbadem, sağlık turizmine bakış açısını nasıl farklılaştırıyor?

Sağlık turizmi, hizmetlerimizi daha geniş bir coğrafya ve daha büyük bir kitleye sunmamıza olanak sağlayan önemli bir fırsat. Acıbadem Sağlık Grubu olarak, öncelikle hem yerli hem de yabancı tüm hastalarımıza üst düzey kalitede, ileri teknoloji tıbbi altyapı ve uzmanlık ile mümkün olan en hızlı şekilde sağlık hizmeti sunmaya çalışıyoruz. Tabii ki yerli hastalarımızın bize ulaşması ve hizmet alması, yurt dışından gelen hastalarımıza göre çok daha kolay. Biz de yabancı hastalarımızın da aynı kolaylığı yaşamalarına olanak sağlayacak şekilde organizasyon yapımızı ve hizmet çeşitliliğimizi geliştiriyoruz.

Bu hizmetlerin en başında yurt dışındaki hastane ve irtibat ofisi yatırımlarımız geliyor. Hollanda, Bulgaristan ve Makedonya'da 5 hastane, 6 tıp merkezine ek olarak, 22 ülkedeki 34 şehirde toplam 38 noktada yer alan Acıbadem Health Point irtibat ofislerimiz ile hastalarımıza bulundukları ülkede çözüm sunabiliyoruz. Ayrıca Atatürk Havalimanı'nda yer alan Health Point karşılama noktamıza ek olarak Sabiha Gökçen Havalimanı karşılama noktamız ile de hastalarımıza ülkelerinde başlayan bu hizmeti Türkiye'ye ayak bastıkları andan itibaren vermeye devam ediyoruz. Hastalarımızın ülkemize ulaştıktan sonraki tüm ulaşımları ve konaklamaları da yine ekiplerimiz tarafından takip ediliyor.

Bizim için en büyük önem taşıyan husus, hastanın kendini evinde ve güvende hissetmesi. Hastalarımız hastanelerimize güvenle ulaştıktan sonra, kendi dillerini konuşan uzman ekip arkadaşlarımızın eşliğinde, tüm sağlık ihtiyaçlarının karşılanması ve ülkelerine sağlıkla dönmeleri için süreci profesyonelce yönetmeye çalışıyoruz.

Sağlık turizmi alanında uygulanan devlet politikalarını nasıl değerlendiriyorsunuz?

Devletin bu alanda uyguladığı teşvik politikalarının sağlık turizmini desteklemek ve hareketlendirmek açısından son derece faydalı olduğunu görüyoruz. Bu uygulamalar, sektördeki hastaneleri tanıtım konusunda teşvik ediyor ve bu alana girmek isteyen acenteleri de cesaretlendiriyor, bu da Türkiye için sağlık turizminin her geçen gün daha fazla büyümesine olanak sağlıyor. Mevcut sağlık turizmi sektörünü büyütmek anlamında son derece faydalı olan bu politikaların önündeki tek sıkıntı; sektörün zarar görmesini engelleyecek güçlü standartların olmayışı, bunun bir akreditasyon veya denetim mekanizmasının bulunmayışıdır. Ancak bu konuda da aksiyonların alınması için çalışmaların hali hazırda başladığını biliyoruz. Umuyoruz ki Türkiye, sağlık turizminde dünyanın parlayan yıldızı olma yolunda büyüyecektir.

Ülkemizde sağlık hizmet sunucularının altyapı, hizmet kalitesi

ve yönetimsel boyutlarda çok büyük farklılıklar göstermesi Türkiye'nin global sağlık turizmi arenasındaki şansını nasıl etkiliyor?

Ülkemizde sağlık turizmi farklı yapıdaki sağlık kuruluşları tarafından icra ediliyor. Bu kuruluşları altyapı, hizmet kalitesi ve yönetimsel olarak akredite eden bir sistem henüz hayata geçmiş durumda değil. Bakanlığın bu konuda girişimleri söz konusu ve yakın gelecekte bu yönde adımlar atılacağını umuyoruz. Maalesef şu anda bu farklılıklar, ülkemizin hizmet kalite algısını yaşanan zaman zaman kötü örnekler nedeniyle olumsuz etkileniyor. Zira, ülkemizden ayrılan her bir mutsuz hasta, ülkemizin yurtdışındaki bilinirliğine olumsuz elçilik ediyor.

Ülkemizin ve kuruluşunuzun önümüzdeki yıllarda sağlık turizmindeki iş hacmini nasıl değerlendiriyorsunuz? (hastaların geldiği ülkeler, alınan hizmetler, sigorta kapsayıcılığı vb.)

Ülkemizde son 10 yıldır yükselişte olan sağlık turizminin önümüzdeki yıllarda da yükselmeye devam edeceğini öngörüyoruz. Bu yükseliş, aynı zamanda yurtdışına sağlık yatırımları olarak da şekillenebilir. Mevcut durumda, halen ülkemize ağırlıklı olarak komşu ülkelerimizden hasta gelirken, bu halkanın genişleyerek diğer kıtalara da hızla yayılacağını düşünüyoruz. Alınan hizmetler açısından baktığımızda, bu hizmetlerin aslında sağlık turizmi yapan hastanelerin hizmet gamıyla sınırlı olduğunu ancak çoğunlukla plastik cerrahi, göz tedavileri ve onkoloji ağırlıklı olduğunu görüyoruz. Gelişen teknolojik altyapımız ve tıbbi standartlarımız ile hasta çeşitliliğinin de pek çok cerrahi branşa ve ileri teknoloji ve uzmanlık gerektiren organ nakilleri, kök hücre ve hücre mühendisliği tedavileri gibi farklı branşlara yayılmasını bekliyoruz.■



İLYAS BENVENİSTE
ULUSLARARASI
İŞ GELİŞTİRME DİREKTÖRÜ

IPMS ile Sağlık Endüstrilerinde Dönüşüm Programı

DİLEK KOÇAK TOZLU - YEDİ24 ŞİRKETLER GRUBUIPMS 2018
YÜRÜTME KURULU BAŞKAN YARDIMCISI

Konusunda uzman akademisyenler, sektör temsilcileri, siyasiler, bürokratlar ve kanaat önderlerinin bir araya geleceği "Uluslararası İlaç, Tıbbi Cihazlar ve Kozmetik Zirvesi ve Fuarı" (IPMS) 24-25 Ekim 2018 tarihlerinde Ankara'da düzenlenecek. Ankara ATO Congresium Kongre ve Sergi Merkezi'nde Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı ve Sosyal Güvenlik Kurumu desteği ile yapılacak etkinliğin ana teması ise "Sağlık Endüstrilerinde Dönüşüm Programı" olarak belirlendi.



Ankara ATO Congresium Kongre ve Sergi Merkezi'nde 24-25 Ekim 2018 tarihlerinde düzenlenecek olan "Uluslararası İlaç, Tıbbi Cihazlar ve Kozmetik Zirvesi ve Fuarı"nın ana teması "Sağlık Endüstrilerinde Dönüşüm Programı" olarak belirlendi. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı ve Sosyal Güvenlik Kurumu desteği ile yapılacak "Uluslararası İlaç, Tıbbi Cihazlar ve Kozmetik Zirvesi ve Fuarı" hakkında açıklama yapan Yedi24 Şirketler Grubu IPMS 2018 Yürütme Kurulu Başkan Yardımcısı Dilek Koçak Tozlu, "IPMS'de özel sektör ve kamu kurumları bir araya gelerek sektörün tomografisi çekilecek" dedi ve IPMS'deki içerik, hedef ve amaçlardan şöyle bahsetti:

"IPMS, ilaç, tıbbi cihaz ve kozmetik sektöründe uluslararası düzeyde; Mevcut sorunların ve çözüm önerilerinin tartışılacağı bir platformun oluşturulacağı, yerli ve yabancı ilaç/tıbbi cihaz ve kozmetik firmaları, hastaneleri, kamu kurum ve kuruluş temsilcilerinin stand açarak bir araya geleceği ve kurulacak stand alanlarında katılımcılar ile bilgi paylaşımlarının sağlanacağı bir atmosfer sağlayacak. Sektördeki yatırım olanaklarının ve teknolojik gelişmelerin paylaşılacağı, Türkiye'nin dünya sağlık endüstrisindeki yerinin tartışılacağı ve pazar payını artırmak üzere sektörün tüm dinamiklerinin bir araya getirileceği ve sektördeki kalkınma planlarının masaya yatırılacağı bir organizasyon olacak."

Özel firma ve hastanelerin IPMS'e katılmalarının neden önemli olduğunu da değinen Dilek Koçak Tozlu, "Ana teması 'Sağlık Endüstrilerinde Dönüşüm' olarak tespit edilen Uluslararası İlaç, Tıbbi Cihaz ve Kozmetik Fuarı ve Zirvesi'nde özel sektör ile kamu kurum ve kuruluşları bir araya getirilerek sektörün sorunları karar alıcılar ve uygulayıcılar tarafından tartışılabilecek bir platform oluşturuyor. Bununla birlikte sektördeki son gelişmeleri yakından takip eden yerli ve yabancı firmaların katılımlarıyla büyük bir fuar alanı da hazırlanıyor" açıklamasında bulunuyor.

IPMS Zirvesi'nde özellikle sektörün tüm sorunlarının eşit bir şekilde tartışılmasının sağlanacağına da vurgu yapan Dilek Koçak Tozlu sözlerini şöyle sürdürüyor: "Yedi24 Şirketler Grubu olarak Resmi karar alıcılar ve uygulayıcılar, özel sektör karar alıcılar ve uygulayıcılar başta olmak üzere tüm sektörün aynı çatı altında fikirlerini beyan edeceği ve yeni önerilerin geliştirileceği uluslararası bir zirve oluşturabilmek hedefindeyiz. Ayrıca zirvemizde ikili görüşmeler de tertiplenerek firma sorunlarının kamu kurum temsilcilerine aktarımı sağlanarak bir nevi devlet ile özel sektör arasında iletişim köprüsü de olacağız. Alanında dünyanın en büyük üç fuarından birisi olma hedefi ile başladığımız IPMS ile dünyanın dört bir yanından firmaları ve bürokratları bir araya getirerek yerli firmalarımızın yurt dışına açılmasına yardımcı olduğumuz kadar yabancı firmaların da ülkemize yatırım yapabilecekleri ortaklıkları oluşturabilmek arzusundayız."■

Sağlık Hizmetleri İçin Neden Sizin Ülkenize Gelmeliyim?

EDWARD CHAPPY - HRH2030 – PROJE DİREKTÖRÜ



Sağlık turizmi, insanların kendi ülkelerinden aynı ya da daha yüksek kalitede ve daha ucuza sağlık hizmeti alabilmeleri için başka bir ülkeye gitmeleri olarak tanımlanabilir. Ama hizmet kalitesinin kendi ülkenizle aynı seviyede ya da daha iyi olduğunu nasıl anlayabilirsiniz?

Sağlık turistleri şu soruların cevaplarını öğrenerek tercihini yapabilmelidir:

- Hizmeti sağlayan ülkedeki sağlık kuruluşlarının ruhsatlandırma yönetmelikleri standartları karşılıyor mu?
- Bu ülkedeki sağlık kuruluşları akreditasyon ajanslarınca kendi ülkenizdeki kuruluşların akreditasyon denkliğinde akredite ediliyor mu?
- Bu ülkedeki sağlık sistemi sağlık çalışanlarına sınav yaparak mı lisans veriyor ? Lisansın yenilenmesini daimi profesyonel gelişim (bilgi, beceri ve yetkinlikleri artırma) üzerine mi kurmuş?

Sağlık turisti aynı zamanda ülkenin/kurumun ne kadar şeffaf olduğunu merak ederek hekimin kalifikasyonlarını ve tecrübesini, alınacak işlem/tedavinin başarı oranlarını, tıbbi hata oranlarını, şikayetleri ve aynı durumdaki kaç hastanın başarılı bir şekilde tedavi edildiğini öğrenmek isteyebilir. Son olarak, sağlık turisti bu işlemlerin sağlık sigortası kapsamında olup olmadığını ve tıbbi hata yaşaması durumunda ülkenin tıbbi yükümlülük yasalarınca korunup korunamayacağını öğrenmek isteyebilir.

Eğer bir ülke ve sağlık kurumları sağlık turizminde başarılı olmak istiyorsa bu sorulara cevap verebilmelidir. Ülke tüm tanı, tedavi ve hasta takipi süreçlerinde uluslararası standartları yakalayabilmeli, güvenilir bir tercih olduğunu kanıtlayabilmeli, hata yaşanması durumunda hastaya muhatap sağlayabilmeli ve gelinen ülkeden daha hesaplı hizmet sunabilmelidir. ■

Medikal Turizmde Kuveyt'e Giriş Stratejisi



LEVENT UYANIKER
SAĞLIK TURİZMİ UZMANI

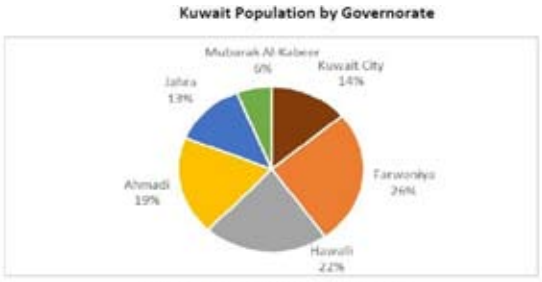
Kuveyt, yarı demokratik bir siyasi sisteme sahip anayasal bir monarşidir. Kuveyt'in hukuk sistemi, İngiliz, Fransız medeni hukuku ile İslam Şeriat hukukundan oluşan karma bir hukuk sistemidir. Kuveyt toprağı 17 bin 818 km²'lik bir alanı kaplıyor ve tarafsız bir bölgede 2 bin 590 km², Suudi Arabistan ve Kuveyt ortak egemenliği hüküm sürüyor.



Kuveyt, 1961'de 40 yıldan uzun bir süre İngiliz himayesi (sömürge de desek yanlış olmaz) altında kaldıktan sonra bağımsızlığını kazandı. O dönemde İngilizler, özellikle Abdullah Al Salem döneminde Emir tarafından geliştirilmiş ve imzalanmış olan anayasanın yapılandırılmasıyla Kuveyt'i bugünkü zengin demokratik (!) devlete dönüştürmeye yardım ettiler. Kuveyt, Arap Körfezi'nin ucundaki Doğu Arabistan'ın kuzey ucunda yer alıyor, Irak ve Suudi Arabistan ile sınırları var. Altı valiliğe ayrılmış: Al-Asimah, Hawalli, Al-Farwaniya, Al-Ahmadi, Al-Jahra ve Mübarek Al-Kabeer.

Kuveyt'in başkenti ise Al-Asimah Valiliği'nde Kuwait Şehri. Bölgede petrol rezervleri 1938'de ve 1946-1982 yılları arasında keşfedildi ve ülke büyük çaplı modernizasyona başladı. 1980'lerde, Kuveyt bir borsa çöküşünden sonra jeopolitik bir istikrarsızlık dönemine girdi. 1990'da Kuveyt Irak tarafından işgal edildi ve ABD liderliğindeki koalisyon güçlerinin askeri müdahalesi sonrasında işgal 1991'de sona erdi. Savaştan sonra, petrol sahalarının nispeten hızlı bir şekilde yeniden faaliyete geçmesi nedeniyle, ekonomiyi yeniden canlandırmak ve ulusal altyapıyı yeniden inşa etmek için yoğun çaba harcandı. Çoğu petrol üretimi ihraç edildi ve bu Kuveyt'e göreceli olarak kısa sürede cari işlem fazlası vermesine izin verdi.

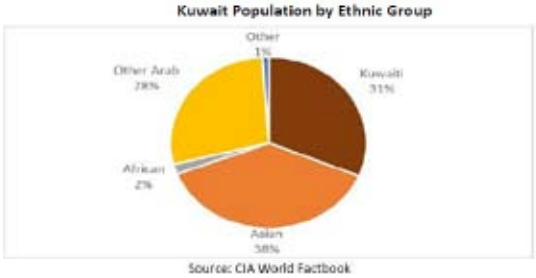
Kuveyt nüfusu şu anda 4.2 milyon, Körfez ülkeleri nüfusunun yüzde 8'ini oluşturuyor. Ülke nüfusunun yüzde 98.3'ü kentlerde yoğunlaşmış durumda. Dört alanın (Sharq, Jibla, Mirqab ve Dasman) bir araya geldiği Kuveyt şehri en ticari



Source: Public Authority for Civil Information

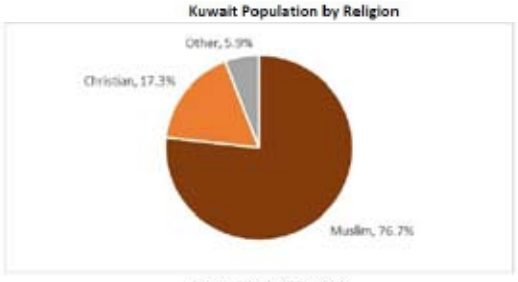
bölgedir. Yukarıdaki tabloda, valilik tarafından nüfusun dağılımı görülebilir. 2011 yılı sonunda da Kamu Bilgileri Kamu Otoritesi tarafından rapor edilmiştir.

Ülkenin nüfusu Kuveyt vatandaşları ile yabancı uyruklu vatandaşlar arasında bölünmüştür. Kuveyt vatandaşları nüfusun yaklaşık yüzde 31'ini oluştururken, yabancı uyruklu vatandaşların oranı toplam nüfusun yaklaşık yüzde 69'udur. Kuveyt nüfusunun en büyük kısmı, Güneydoğu ve Doğu Asya ülkelerinden gelen etnik gruplardan oluşurken, ikinci en büyük kısmı aşağıda gösterildiği gibi Arap uyruklu kişilerden oluşuyor.



Source: CIA World Factbook

Müslümanlar (devletin resmi dini) nüfusun yüzde 76.7'sini oluştururken, Hristiyanlar ise yüzde 17.3'lük bir dilimi oluşturuyor. Diğer dinlerin oranı da yüzde 5.9.

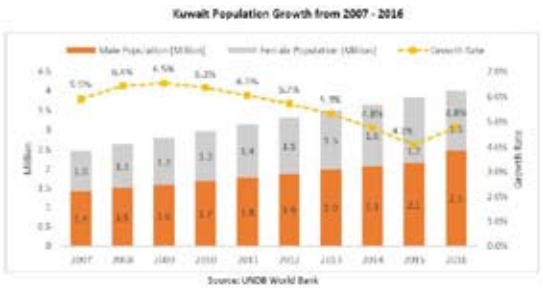


Source: CIA World Factbook

Kuveyt'te her bin kişiden ikisi ülkeden göç ediyor ve 222 ülke arasında göç konusunda 167. sırada yer alıyor. Kuveyt'in sıkı polis devleti uygulamaları her yıl bu sayıyı arttırıyor. 2016 yılında tahmin edilen nüfus artış hızı ise yüzde 1.53. Aşağıda, Kuveyt'in nüfusu ve 2007'den bu yana büyüme oranı gösteriliyor.

Kuveyt'te ortalama yaş oranı 29.2 yıldır. Genel nüfus, yüksek göç oranları ve yabancı emek üzerine bağımlıdır. Yabancı uyruklu vatandaşların Kuveyt'te emekli olmak için fırsatları yok denecek kadar azdır.

2013 yılında toplanan en son resmi verilere göre, Kuveyt Merkez İstatistik Bürosu, yüzde 91.5 erkek ve yüzde 8.5



Source: UNDB World Bank

kadın olmak üzere, özel sektörde çalışan 1 milyon 249 bin 33 yabancı uyruklu vatandaşını kayıt altına almıştır. Daha yeni istatistiksel verileri kullanarak büro, 2015'te kamu sektöründe çalışan 95 bin 970 kişinin yüzde 59.4 erkek ve yüzde 40.6 kadın olduğunu bildirmişti.

Körfez ülkelerine benzer şekilde, Kuveyt ithal işgücüne güveniyor. Yabancı uyruklu vatandaşlarının yüzdesi Katar veya BAE kadar yüksek değilken, ülke nüfusu yine de yabancı uyruklu hakimiyeti altında. Geçtiğimiz birkaç yılda yabancı uyruklu vatandaş sayısını önemli ölçüde azaltmaya ihtiyaç duyan ülkede bu konu hep gündemde kaldı. Kuveyt Times, Nisan 2015 ortasında Kuveyt kabinesinin yabancı uyruklu vatandaş sayısını dondurma kararı aldığını bildirdi. Yeni gelenler, sadece ülkeden ayrılanları yenisiyle değiştirmeleri şart koşularak kabul edildiler. Önlem, önümüzdeki 15 yıl içinde göçmen nüfus sayısını toplam nüfusun yüzde 60'ına indirmeyi hedefliyor.

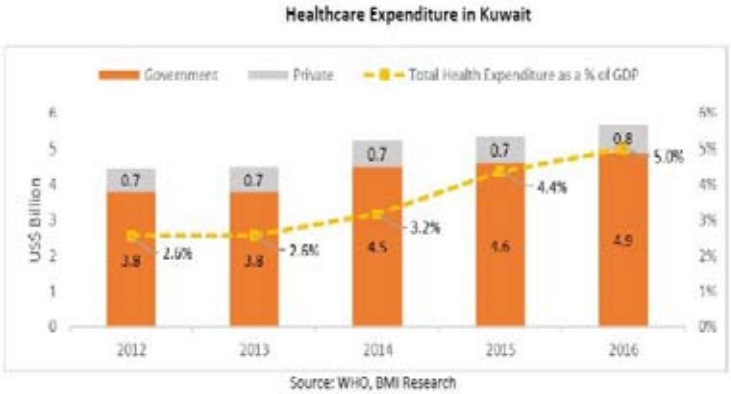
Kamu sektöründe genel olarak, Kuveyt'teki ortalama aylık ücret yaklaşık 4 bin 760 ABD doları iken, yabancı uyruklu vatandaşların aldıkları ücretler 2 bin 70 ABD doları civarında. Bu arada özel sektörde çalışan yabancı uyruklu işçilerin yüzde 66'dan fazlası 786 ABD dolarının altında ücret alıyor. Yüzde 17,38'i ise, 786 ABD doları ile bin 180 ABD Doları arasında kazanıyor.

Kuveyt'in sağlık sistemi, ortalama vatandaş ömrünün uzaması, bebek ölümlerinin azalması ve bulaşıcı hastalık kontrolünün artması ile hızla iyileşme gösteriyor. Bu faktörler nedeniyle nüfus artış eğiliminde. Bulaşıcı olmayan kronik hastalıklarda görülen tedrici bir artış da sağlığa verilen önemi artırıyor.

Kuveyt Sağlık Bakanlığı (KSB), sağlık sisteminin düzenleyicisi ve ülkedeki en büyük sağlık hizmeti sağlayıcısı. Ordu ve Kuveyt Ulusal Petrol Şirketi gibi diğer bazı kamu ve yarı-kamu kurumları çalışanlarına sağlık sistemi işletimi yapıyor. Ülkede kamu hastanelerinin aksine özel konaklama, süit, az bekleme süresi ve sağlık hizmetleri sunan birçok özel hastane ve sağlık grupları bulunuyor.

Kuveyt Hükümeti, yabancı uyruklu vatandaşlarının tıbbi bakım ve sağlık sigortasının özelleştirilmesi için çalışmalar yapıyor. Bu amaçla, yeni bir PPP şirketi olan Kuwait Sağlık Güvencesi Şirketi (Dhaman), hükümet tarafından bir Sağlık Bakım Örgütü (HMO) olarak başlatıldı.

Kuveyt'teki sağlık harcamaları, aşağıdaki grafikte belirtildiği gibi, 2012 yılında 4.47 milyar dolar, 2016 yılında 5.68 milyar dolara ulaşmış durumda. Yüzde 6.2'lik bir CAGR'de



Source: WHO, BMI Research

(Yıllık Ortalama Büyüme Oranı) son beş yıl boyunca büyüme gösteriyor. BMI'nin 10 yıllık tahmini, endüstrinin 2025 yılına kadar 104.3 milyar dolar seviyesine ulaşması için yüzde 7.5'lik bir CAGR'de büyümesini bekleniyor.

2015 yılında devlet sağlık harcamaları toplam sağlık harcamasının yüzde 86,3'ünü oluştururken, özel sağlık harcamalarının ise yüzde 13,7'sini oluşturduğu tahmin ediliyor. Mevcut sistem sağlık bakanlığını her vatandaşın sağlık bakımının masraflarını karşılamaya zorluyor. 2015 yılında cepten yapılan harcamalar, özel sağlık harcamalarının yaklaşık yüzde 90.4'ünü oluşturmuştu.

Devlet gerektiği takdirde yurtdışında tedaviye erişim imkanı sağlayan evrensel bir sağlık sigortası programı vasıtasıyla "Kuveyt Ulusal Vatandaşları"nın sağlık ihtiyaçlarını karşılıyor. Sonuç olarak, devletin finansmanının büyük bir kısmı Kuveytli vatandaşlar için tıbbi turizme harcanmış durumda. Devlet Denetim Bürosu'na göre, Kuveyt 2014 yılında yurtdışında 11 bin'den fazla tıbbi gezide 1.5 milyar dolar harcadı. Hükümet şimdi giden yurtdışı tedavi maliyetlerini azaltmak istiyor.

BMI raporuna göre, Eylül 2014'te, Kuveyt hükümeti, hastalar ve refakatçilerde yabancı ülkelerdeki tedavileri için yeni günlük ödenek planını kabul etti. Kuveyt, yurtdışı tedavi masraflarını bir yandan kısmaya çalışırken, bir yandan da yerel sağlık sistemlerini geliştirmeye çalışıyor. Yeni plana göre, tedavi için yurtdışına gönderilecek bir hastaya günde 100 Kuveyt Dinarı -KD- (346 ABD Doları) yerine günlük 75 KD (265 ABD Doları), hastanın birinci refakatçisi ise günlük aldığı 100 KD'den (348 ABD Doları) 50 KD'ye (174 ABD Doları) düşmüş durumda. Hastanın ikinci refakatçisi olması durumunda ise bir uçak bileti ücretsiz veriliyor. Bakanlık, bu planın yanı sıra, 152/2012 Bakanlar Kurulu Kararı ve tamamlayıcı kararlarla uyumlu olarak vatandaşların yurtdışında tedavisini düzenleyen düzenlemeleri yeniden incelemek üzere özel bir komite kurdu.

Emekli olan Kuveyt vatandaşları da hükümet tarafından kurulan ve emekli nüfusunun yaklaşık 100 binini kapsayan bir sigorta programı "Afia" (http://afia.ae/) tarafından tedavileri karşılıyor.

Yabancı uyruklu vatandaşlar halen devlet tarafından ödenen zorunlu sağlık sigortası kapsamında ve ziyaret başına 2 KD (6 ABD Doları) tutarında idari ücret ödüyorlar. Bununla birlikte, bir PPP şirketi olan KHAC, (Dhaman) yabancı uyruklu vatandaşları için yılda yaklaşık 130 milyon KD ödüyor ve bu para 2 milyon kişinin tedavisini kapsıyor. (Dhaman'ın yıllık prim geliri yaklaşık 850 milyon ABD doları).

Ülkede hem diyabet hem de obezite büyük bir sorun teşkil ediyor . Aşağıdaki tabloda Körfez ülkelerinin geri kalanına kıyasla Kuveyt'teki diyabet ve obezitenin yaygınlığı gösteriliyor.

Kuveyt Sağlık Bakanlığı ülkedeki altı sağlık bölgesi üzerinde 16 hastaneyi yönetiyor. Bunlar, 2013 yılı itibarıyla 8 bin120 toplam hastane yatağının neredeyse yüzde 85'ini sağlıyordu. Bakanlık bin168 ilave yatak sağlayacağı tahmin edilen Jaber Ahmed Jaber Al-Sabah Hastanesi dahil olmak üzere sekiz yeni hastane ve mevcut hastanelerin genişlemesini planlıyor.

Kuveyt özel sektörü, toplamda bin 269 hastane yatağı bulunan 15 hastanenin sahibi. BMI tahminine göre, özel sağlık harcamalarının 2015 yılında 730 milyon ABD dolarından 2020'de 940 milyon ABD dolarına yükselmesi öngörülüyor. Bununla birlikte, toplam sağlık harcamalarının bir yüzdesi olarak özel sağlık harcamasının 2020'de yüzde 13,73'den yüzde 12,79'a düşmesi bekleniyor.

Özel sağlık pazarındaki kilit oyuncular arasında Dar Al-Shifa Hastanesi, Yeni Mowasat Hastanesi, Al Salam Uluslararası Hastanesi, Hadi Hastanesi, Al-Rashid Hastanesi, Royale Hayat Hastanesi, Aliya Uluslararası Hastanesi ve Al Omooma Hastanesi bulunuyor. Özel sektördeki birçok hastane, artmakta olan özel tıbbi bakım talebini karşılamak için genişlemeye çalışıyor. Kuveyt'te ayrıca birçok özel ihtisas kliniği bulunuyor.

Kuveyt, Körfez ülkeleri içinde en küçüğü ve neredeyse en zenginleri arasında yer alan bir ülke. Türk sağlık kuruluşlarının ülkede özellikle PPP düzeyinde varlık gösteren Dhaman ile işbirliği yollarını araması gerekiyor. Çok yakın zamanda Kuveyt belli branşlar dışında yurtdışında tedavi süreci farkedilecek seviyede daraltacak. Bu daralma sürecini de normal karşılamak gerekiyor. Bu vizyonu erken görmek ve ona göre ülkede farklı şekillerde yer almak ülke dinamikleri içinde Türk özel sağlık kuruluşlarını da geliştirecektir. ■

Diabetes and Obesity in the GCC

Indicator	Units	Kuwait	UAE	Bahrain	Oman	Qatar	KSA
Prevalence of Diabetes	% population	23.1%	19.3%	21.9%	14.5%	19.8%	23.9%
Obesity	% population	42.8%	32.7%	32.6%	22.1%	33.1%	35.2%

Source: WHO World Health Statistics 2016, OECD Health at a Glance 2015, Ministry of Health - Kuwait



KEMİK İLİĞİ NAKLİ

KÖK HÜCRE NEDİR

LÖSANTE Hastanesi Pediatrik Kemik İliği Nakil Merkezi Bilgilendiriyor

Kendine benzer hücreler oluşturmak üzere yüksek derecede özelleşmiş sınırsız sayıda bölünme ve çoğalma yeteneğine sahip ana hücredir.

Kemik iliğimizde kan üreten az sayıda kök hücre bulunmaktadır.

Ayrıca damarlarımızda dolaşan kan ile göbek kordonu kanından da kök hücre elde edilmektedir.

HASTANE

ÖZEL LÖSANTE
Çocuk ve Yetişkin Hastanesi

LÖSEV
KURULUŞUDUR

0312 666 7 666
İncek - ANKARA

Hastanemizdeki tüm bölümlerden elde edilen gelir ve sizlerin bağışları ile LÖSEMİLİ ve ONKO Çocuklarımızın tedavileri tamamen ücretsiz yapılmaktadır.

uhs

uhs uluslar arası konferans ve eğitim alanında yaratmış olduğu markası **Global Health Conferences** olarak **City of London College** işbirliği ile sağlık yönetimi ve işletmeciliği alanında diplomalı eğitim programları düzenlemektedir.

Eğitim

uhs sağlık profesyonelleri ve yönetici hekimlerin kariyerlerine, yönetim becerilerinin gelişimine ve yaşam tarzlarına ilişkin tüm güncel konuları, haberleri ve olayları bulabilecekleri **hospitalmanager** dergisini yayınlamaktadır.

Yayıncılık



Danışmanlık

uhs sağlık sistemimizde karşılaşılan sorunların aşılması, uzun vadeli sağlam sağlık politikaları oluşturulması ve ayrıca sağlık işletmelerimizin rekabet avantajlarını geliştirip, pazar paylarını arttırarak, etkili ve verimli işleyen sağlık kuruluşları olmaları için gerekli tüm danışmanlık ve eğitim hizmetini vermektedir.

uhs ülkemizde sağlık yönetim bilgi ve becerilerinin gelişimi ve sağlıklı politika üretimi için **Global Health Conferences** olarak ulusal ve uluslararası konferanslar düzenlemektedir.

Konferans

Global Health Conferences

hospitalmanager

City of London College

Kuleli Sokak No:57/1,
G.O.P. - Ankara
Tel : 0312 446 91 14
Faks : 0312 446 91 17
Mail : info@uhs.web.tr

www.uhs.web.tr