



ORAN Orta Anadolu
Kalkınma Ajansı
Central Anatolia Development Agency



**T.C. SANAYİ VE
TEKNOLOJİ BAKANLIĞI**

KAYSERİ SAĞLIK TURİZMİNİN GELİŞTİRİLMESİ MEVCUT DURUM ANALİZİ VE EYLEM PLANI



Bu doküman, Orta Anadolu Kalkınma Ajansı'nın desteklediği TR72/19/TD/0065 Referans Numaralı "Kayseri Sağlık Turizminin Geliştirilmesi Projesi" başlıklı danışmanlık kapsamında hazırlanmıştır. İçerik ile ilgili tek sorumluluk SERRProject Grants & Project Consultant Firmasına aittir ve Orta Anadolu Kalkınma Ajansı ile Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'nın görüşlerini içermemektedir.



ORAN Orta Anadolu
Kalkınma Ajansı
Central Anatolia Development Agency



**T.C. SANAYİ VE
TEKNOLOJİ BAKANLIĞI**

KAYSERİ SAĞLIK TURİZMİNİN GELİŞTİRİLMESİ MEVCUT DURUM ANALİZİ VE 2021 – 2030 EYLEM PLANI

HAZIRLAYANLAR

H.SERRA BAYRAM

ASLI UZUNLU AKKÜLAH

Haziran, 2020



Bu rapor, Orta Anadolu Kalkınma Ajansı'nın desteklediği ve Kayseri Anadolu Sağlık Turizmi Derneği'nin yararlanıcısı olduğu TR72/19/TD/0065 Referans Numaralı "Kayseri Sağlık Turizminin Geliştirilmesi Projesi" başlıklı danışmanlık kapsamında hazırlanmıştır. İçerik ile ilgili tek sorumluluk SERRProject Grants & Project Consultant Firmasına aittir ve Orta Anadolu Kalkınma Ajansı ile Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'nın görüşlerini içermemektedir.

İÇİNDEKİLER

GİRİŞ	1
1. DÜNYADA SAĞLIK TURİZMİ.....	3
2. TÜRKİYE’DE SAĞLIK TURİZMİ.....	6
3. SAĞLIK KURUMLARI MEVCUT DURUM ANALİZİ	10
3.1. HASTANE ÇALIŞAN PROFİLİ.....	12
3.2. HASTANE OPERASYONLARI/FAALİYETLERİ	13
3.3. YOĞUN BAKIM ÜNİTESİ ORTALAMA YATAK KAPASİTELERİ	16
3.4. YURT DIŞINDAN GELEN HASTALARIN ULAŞIMI VE KONAKLAMASI	19
3.5. HASTANE KAPASİTELERİ VE HASTANE YATIRIMLARI	21
4. KAYSERİ’DE SAĞLIK TURİZMİNİN GELİŞTİRİLMESİ.....	26
4.1. ORGAN NAKLİ	26
5. KAYSERİ’DE SAĞLIK SEKTÖRÜNÜN GZTF ANALİZİ	32
5.1. GÜÇLÜ YÖNLER.....	32
5.2. ZAYIF YÖNLER	33
5.3. FIRSATLAR.....	35
5.4. TEHDİTLER	36
6. KAYSERİ SAĞLIK TURİZMİ HEDEFLENEN SAĞLIK TURİSTİ SAYISI.....	37
7. KAYSERİ SAĞLIK TURİZMİ ve HEDEF ÜLKELER.....	42
7.1. BİRİNCİL ÖNCELİKLİ HEDEF ÜLKELER	43
7.2. İKİNCİL ÖNCELİKLİ HEDEF ÜLKELER	51
8. KAYSERİ SAĞLIK TURİZMİNİN GELİŞTİRİLMESİ EYLEM PLANI.....	53
8.1. EYLEMLERİN İCRAATA GEÇİRİLMESİ İÇİN ÖNERİLEN METOT	53
8.2. EYLEM PLANI İÇERİSİNDE YER ALAN SORUMLU KURUMLARA SORUMLULUKLARIN ATFEDİLMESİ DAYANAĞI.....	53
9. KAYSERİ’DE SAĞLIK TURİZMİNİN GELİŞTİRİLMESİ AMACIYLA ÖNERİLEN EYLEMLER.....	58
9.1. TANITIM & PAZARLAMA	59
9.2. EĞİTİM VE İŞ GÜCÜ.....	75
9.3. SAĞLIK HİZMETİ ALTYAPI	77
9.4. İŞBİRLİĞİ VE FARKINDALIK	84
9.5. ALTYAPI & YAŞAM VE ULAŞIM.....	88
10. EYLEM PLANI TABLOSU	89
KAYNAKÇA.....	108

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1. Sağlık Turizminde Ülkelerin Tercih Edilme Nedenleri (Saturk, 2015).....	4
Tablo 2. Araştırmaya Katılan Kuruluşlar Genelinde Sağlık Çalışan Sayısı ve Yatak Sayısı.....	11
Tablo 3. Araştırmaya Katılan Kurumların Yoğun Bakım Ünitesine Sahip Olma Durumu.....	15
Tablo 4. Kamu ve Özel Hastanelerdeki Yoğun Bakım Yatak Kapasitesi.....	16
Tablo 5. Kayseri İli Yıllara Göre Sağlık Turizmi Hasta Dağılımı.....	38
Tablo 6. Kayseri İli Sağlık Turizmi Kapsamında Verilen Hizmetin Tanılarına Göre Dağılımı, 2019 Yıl Sonu Verileri.....	39
Tablo 7. Kayseri Sağlık Turizmi Kapsamında Verilen Hizmetin Sektörlere Göre Dağılımı, 2019 Yıl Sonu Verileri.....	43
Tablo 8. Kayseri Sağlık Turizmi Hasta Sayısının Ükelere Göre Dağılımı, 2019 Yıl Sonu Verileri.....	43
Tablo 9. Kayseri Ükelere Göre Dağılımı Turistin Sağlığı ve Sağlık Turisti Sayısı, 2019 Yıl Sonu Verileri.....	44
Tablo 10. Kayseri Uluslararası Sağlık Turizmi Hasta Sayısının Ükelere ve Yıllara Göre Dağılımı.....	46
Tablo 11. Kayseri'ye Direkt Uçuş Gerçekleştiren Ülkeler ve Şehirleri.....	47
Tablo 12. Kayseri'ye Gelen Yabancı Turist Sayılarının Dönemsel Dağılımı.....	47

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 2. Yurt Dışı Anlaşmalı Sigorta Şirketlerinin Varlığı.....	12
Şekil 3. Anket Uygulanan Örneklemin Yabancı Personel Çalıştırma Oranı.....	12
Şekil 4. Anket Uygulanan Örneklemin Yabancı Dil Bilen Personel Oranı.....	13
Şekil 5. Anket Uygulanan Örneklemin Sahip Olduğu Yabancı Dilde Hazırlanmış Web Sitesi Oranı.....	13
Şekil 6. Anket Uygulanan Örneklemin Yurt Dışında Ofise Sahip Olma Oranı.....	14
Şekil 7. Anket Uygulanan Örneklemin Yurt Dışı Tanıtım Ve Reklam Faaliyetleri Oranı.....	14
Şekil 8. Anket Uygulanan Örneklemin Sahip Olduğu JCI Akreditasyon Oranı.....	15
Şekil 9. Anket Uygulanan Örneklemin Sahip Olduğu Diğer Akreditasyon ve Belgelendirme Uygulamaları.....	15
Şekil 10. Anket Uygulanan Örneklemin Yurt Dışından Gelen Hastaları Tedavi Etme Oranı.....	16
Şekil 11. Anket Uygulanan Örneklemin Yurt Dışından Gelen Hastalar İçin Ayrı Yatak Ve Oda Düzenleme Oranı.....	17
Şekil 12. Anket Uygulanan Örneklemin Yurt Dışı Hastaları İçin Gerekli Altyapıya Sahip Olma Oranı.....	18
Şekil 13. Anket Uygulanan Örneklemin Hasta Getirmek İçin Aracı Kurumla Çalışma Oranı.....	19
Şekil 14. Anket Uygulanan Örneklemin Hasta ve Hasta Yakınları İçin Otellerle Anlaşmasının Bulunma Oranı.....	19
Şekil 15. Anket Uygulanan Örnekleminde Otel Anlaşması Bulunmayan Kurumların Otellerle Anlaşma Yapma İsteği.....	20
Şekil 16. Anket Uygulanan Örneklemin Hasta ve Hasta Yakınları İçin Transfer Şirketleri İle Anlaşmasının Bulunma Oranı.....	20
Şekil 17. Anket Uygulanan Örneklemin Sağlık Turizmi İçin Ticaret Bakanlığı'nın Desteklerinden Haberdar Olma Oranı.....	21
Şekil 18. Anket Uygulanan Örneklemin Nitelikli Personel Sayısının Artmasına Yönelik Planlarının Olması Oranı.....	22
Şekil 19. Anket Uygulanan Örneklemin Teknik Yatırım Yapma Planlarına Sahip Olma Oranı.....	23

KISALTMA LİSTESİ

AB	:	Avrupa Birliği
ABD	:	Amerika Birleşik Devletleri
ASTUDER	:	Anadolu Sağlık Turizmi Derneği
A.Ş.	:	Anonim Şirketi
ATM	:	Arabian Travel Market
BDT	:	Bağımsız Devletler Topluluđu
EBMT	:	European Society for Blood and Marrow Transplantation
ERSEM	:	Erciyes Üniversitesi Sürekli Eğitim Merkezi
GSMH	:	Gayri Safi Milli Hâsıla
GSYH	:	Gayri Safi Yurtiçi Hâsıla
GZTF Analizi	:	Güçlü Yönler, Zayıf Yönler, Tehditler ve Fırsatlar Analizi
HİSER	:	Hizmet Sektörü Rekabet Gücünün Artırılması Projesi Desteği
ISCT	:	International Society Cell and Gene Therapy
ISO	:	International Organization for Standardization
IVF	:	In Vitro Fertilisation
JACIE	:	Joint Accreditations Committee of ISCT ve EBMT
JCI	:	Joint Commission International
KOBİ	:	Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler
ORAN	:	Orta Anadolu
SATURK	:	Sağlık Turizmi Koordinasyon Kurulu
SKS	:	Sağlık Kalite Standartları
SPA	:	Selus Per Aqua
T.C.	:	Türkiye Cumhuriyeti
TÜİK	:	Türkiye İstatistik Kurumu
THTC	:	Turkish Healthcare Travel Council
UITT	:	Ukraine International Travel Tourism
USHAŞ	:	Uluslararası Sağlık Hizmetleri A.Ş.
WHO	:	World Health Organization
WTO	:	World Tourism Organization

ÇALIŞMANIN AMACI

Temelleri 1930'lu yıllara dayanan sağlık turizmi 2000'li yıllarda gelişmeye ve yatırım olarak hız kazanmaya başlamıştır. Sağlık turizmi tüm dünyanın dikkatini çeken, ülkelerin kendisini geliştirmek ve bu alanda ilk sıralarda yer almak için yatırım yapmaya teşvik eden yeni bir sektör olarak son yıllarda adını duyurmaktadır. Ülkemizde ise, doğal kaynakları ve sahip olduğu yatırımları ile bazı illerimiz sağlık turizmi alanında ön plana çıkmaktadır. Temel amacı, daha uygun fiyata kaliteli sağlık hizmeti alırken tedavi için seyahat etmek olan sağlık turizmi, ülkemizde 2003 senesinde Sağlıkta Dönüşüm Programı ile temellerini atmış, 2005 sonrasında ise sektör içerisine oyuncular hızla girmeye başlamışlardır. Sağlıkta Dönüşüm Programı'nın temel amacı; "Herkes için ulaşılabilir, nitelikli ve sürdürülebilir sağlık hizmetinin, etkili, kaliteli, verimli ve hakkaniyete uygun bir şekilde sunulması" olarak tanımlanabilir. İnsan odaklı 'Sağlıkta Dönüşüm Programı' ile gelişmiş ülkelerin 20 yılda başaramadıklarını Türkiye 8 yılda başarmıştır. Bu, örnek teşkil eden bir durumdur.

Türkiye alternatif turizm olanakları açısından zengin kaynaklara sahip bir ülkedir. Birçok sektörü aynı anda etkileyen ve kişi başı ortalama harcama düzeyinin kitle turizmine göre çok yüksek olduğu sağlık turizmi, Türkiye açısından mutlak değerlendirilmesi gereken alternatif turizm kaynaklarından biri olarak özellikle 9, 10. ve 11. Beş Yıllık Kalkınma Planları ve bu planlar kapsamında hazırlanmış olan Türkiye Turizm Stratejisi 2023 itibarı ile gösterilmektedir.

Kayseri İl Sağlık Müdürlüğü 2019 verilerine göre ilimizde 3 devlet ve kamu hastanesi, 13 özel hastane, 17 dış polikliniği ve 4 estetik ve güzellik polikliniği olmak üzere toplam 37 kurum bulunmaktadır. İlimizde Sağlık Turizmi Yetki Belgesine sahip saç ekim merkezi ve / veya polikliniği bulunmamakta, saç ekimi sağlık turizmi yetki belgesine sahip hastaneler bünyesinde estetik cerrahisi branşı altında uygulanmaktadır. Sahip olduğu sağlık kuruluşları sayısı ve niteliği bakımından Kayseri'nin de sağlık turizminde etkili ve etkin bir şehir olması gerekliliği yerel otoriteler tarafından vurgulanmaktadır. Bu çalışma ile ilde bulunan sağlık kuruluşlarının mevcut durumu analiz edilmiş, Kayseri'nin sağlık turizmi pazarlaması alanında farkını ortaya koyarak Sağlık Turizmi Kenti Kayseri olarak nasıl marka olabileceği konusunda örnek teşkil edecek bir eylem planı sunulması hedeflenmiştir. **İlimizde 15 sağlık tesisi ve 2 aracı kurumun sağlık turizmi yetki belgesi olup toplam 17 kurumun yetki belgesi bulunmaktadır.**

ÇALIŞMA YÖNTEMİ

- Literatür Taraması: Daha önce konuyla ilgili yapılan çalışmaların incelenmesi ve derlenmesi, konu hakkında yönetmelik ve uygulamaların incelenmesi
- Mevcut Durum Analizi Anket Çalışması: ASTUDER ve İl Sağlık Müdürlüğü tarafından iletilen kurumlardan hepsine (37) görüşme talep edilmesi ve olumlu yanıt veren 24 kurum ile anket çalışması yapılması ve anket sonuçlarının analizi
- GZTF Analizi Çalışması: Sektör içerisinde yer alan ve katılmak isteyen aktörler ile bir araya gelinerek ilin / bölgenin / sektörün analizinin yapılması
- Eylem Planı Çıkarılması: GZFT'den çıkan sonuçlara göre kısa, orta ve uzun vadeli hedefler belirlenerek bu hedeflere ulaşmak için yapılması gerekenler ve eylemi gerçekleştirecek olan yetkililerin belirlenmesi çalışması

GİRİŞ

Turizmin içerisinde yer alan; ulaşım olanaklarının da yıllar içerisinde teknoloji ile birlikte gelişmesi sonucunda insanların farklı yerler görme, kültür ve tarih tanıma eğlence ve dinlenme olanaklarını deneyimle isteği insanları farklı bölge, ülke ve hatta kıta seyahatlerine sevk etmiştir. Sağlık Turizmi ise; sağlığına kavuşmak için ikamet ettiği ülkeden başka bir ülkeye herhangi bir sebeple tedavi amaçla gidilmesidir. Tedavi amaçlı gidene de sağlık turisti denir. Yaklaşık 20 sene öncesine kadar gelişmekte olan ülkelere varlıklı kişiler hastalıklarını tedavi amacıyla gelişmiş ülkelere giderek sağlık hizmeti alırken içerisinde bulunduğumuz 21.yy'da ise bu durum tersine dönmeye başlamış; gelişmekte olan ülkelerin sağlık eğitimi ve sektörde nitelikli eleman sayısının artması, cazip fiyatlandırma politikaları sonucunda gelişmiş ülkelere sağlık sorunlarına çözüm arayan kişiler zaman ve maddi tasarrufun yanı sıra farklı deneyimler de yaşamak için gelişmekte olan ülkelere seyahat etmektedirler.

'Uluslararası Sağlık Turizmi ve Turistin Sağlığı Hakkında Yönetmelik'e göre:

Uluslararası sağlık turizmi: Sağlık amaçlı yurtdışından ülkemize geçici bir süreliğine gelen, Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı olmayan veya Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı olmakla birlikte yurtdışında ikamet eden gerçek kişilerin aldıkları her türlü sağlık hizmeti ile bunlarla ilgili destek hizmetlerini,

Turistin sağlığı: Ülkemizde herhangi bir nedenle geçici süreli olarak bulunan yabancıların, ülkemizde buldukları sırada ani gelişen hastalıklarda ve acil durumlarda sağlık hizmeti almasını,

Uluslararası sağlık turisti: Uluslararası sağlık turizmi ve turistin sağlığı kapsamında sağlık hizmeti alan hastayı,

Uluslararası sağlık turizmi aracı kuruluşu: Bakanlıkça, uluslararası sağlık turisti ile beraberindeki refakatçi ve diğer yakınlarına konaklama, ulaşım ve transfer hizmetlerinin sağlanması faaliyetlerini yürütmek üzere yetkilendirilen, 14/9/1972 tarihli ve 1618 sayılı Seyahat Acentaları ve Seyahat Acentaları Birliği Kanunu uyarınca işletme belgesi alan A grubu seyahat acentalarını,

Uluslararası sağlık turizmi sağlık tesisi: Sağlık tesisi ruhsatına sahip olan ve Bakanlıkça uluslararası sağlık turizmi yetki belgesi verilen kamu, üniversite ve özel sağlık kurum ve kuruluşunu tanımlamaktadır.

Sağlık turizmi pek çok sebepten dolayı yapılmaktadır. Sağlık turizminin temel sebepleri;

- Kişilerin ülkesinde yüksek teknolojili sağlık hizmetleri ve profesyonel insan kaynaklarının azlığı veya yokluğu,
- Tedaviyle birlikte tatil yapma arzusu,
- Sağlık hizmetlerinin kendi ülkelerinde pahalı olması,
- Çok daha kaliteli sağlık hizmeti almak istenmesi,
- Ülkesinde herhangi bir sebepten dolayı ameliyatının bilinmesini istememesi (Estetik Cerrahisi, İnfertilite tedavisi vb.),
- Ülkesinde iklim ve coğrafi olarak tatil için kısıtlı imkân olduğu durumlarda yapılan turizm hareketliliği (ormanlık, yaylalar, tarihi ve kültürel zenginliği olan ülkelere gidiş),

- Çoğunlukla termal tesisin ve termal turizm imkânlarının çok olduğu bir ülkede tatil yapma talebi,
- Kronik hastaların, yaşlıların ve engellilerin başka ortamlara gitme ve tedavi olma isteklerinin oluşması,
- Uyuşturucu ve farklı bağımlılıkları olan kişilerin farklı veya daha uygun ortamlarda olma istekleri,
- Kişinin hayata tutunma ve yaşama isteği olarak sayılabilir (Özer, Sonuğur, 2012)

T.C. Sağlık Bakanlığı, Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü Sağlık Turizmi Daire Başkanlığı altında sağlık turizmi çeşitlerini 3'e ayırmıştır (<https://saglikturizmi.saglik.gov.tr/TR,176/saglik-turizmi-cesitleri.html>):

Yaşlı ve Engelli Turizmi:

- İleri yaş turizmi (gezi turları, meşguliyet terapileri)
- Yaşlı bakımı hizmetleri (bakım evlerinde veya rehabilitasyon hizmetleri)
- Klinik otelde rehabilitasyon hizmetleri
- Engelliler için özel bakım ve gezi turları

Hizmet Yeri: Klinik oteller, rekreasyon alanları, tatil köyleri ve bakım evleri vb.

Termal Turizm ve SPA-Wellness

- Kaplıca tedavileri ve fizyoterapiler
- Talossoterapiler
- Hidroterapi ve egzersizler
- Balneoterapi ve Peloidoterapi
- Klimaterapi

Hizmet Yeri: Kaplıca ve Spa merkezleri

Medikal Turizm (Tıp Turizmi)

- İleri tedaviler (Kardiyovasküler Cerrahi, Radyoterapi, cyberknife vb.)
- Transplantasyon
- İnfertilite (Tüp bebek IVF uygulamaları)
- Estetik Cerrahi
- Göz, diş, diyaliz tedavileri vb.

Hizmet Yeri: Sağlık kurum ve kuruluşları olarak belirtilmektedir.

Medikal turizm; tedavi amacı ile yapılan seyahatler şeklinde tanımlanmaktadır. Medikal turizm genel olarak bireylerin bozulan sağlıklarını iyileştirmek amacıyla hizmet vermektedir. Bunun yanında sağlık turizmi kapsamında, hem bozulan sağlığın iyileştirilmesi hem rehabilite edilmesi hem de sağlık düzeyinin iyileştirilmesi yönünde hizmetler sunulmaktadır. Sağlık turizmi kapsamında bir kişinin sağlığının bozulmuş olması şart değildir (Tütüncü, Kiremitçi, & Çalışkan, 2011).

1. DÜNYADA SAĞLIK TURİZMİ

Dünyada geçtiğimiz son on yılda sağlık hizmetlerinden yararlanmak amacıyla, kendi ülkelerinden başka ülkelere giden nüfusun artması ve 2010 yılı itibarıyla aynı maksatla seyahat gerçekleştirilerek ortaya çıkan ekonominin boyutunun 60 milyar dolar olması ile ülkeler açısından oldukça önemli bir gelir elde etme aracı haline gelmeye başlaması, sağlık turizminin cazibesini gün geçtikçe arttırmaktadır. Dünya Turizm Örgütü (WTO) içinde bulunduğumuz mücbir sebep olmasa idi, 2020 yılında 1 milyar 600 milyon bireyin turizm amaçlı seyahat edeceğini ve toplam 2 trilyon dolar harcama yapacağını öngörmekte idi. Günümüzde, kaliteli sağlık hizmetini, daha uygun fiyatlarla ve daha kısa bekleme süreleri içerisinde almak amacıyla sağlık turizmi kapsamında ülkeleri dışına çıkan yıllık 30 milyon insan trafiğinden söz edilmektedir. Dünya'daki sağlık turizmi harcamaları ise yaklaşık 500 Milyar Dolar ile ifade edilmektedir. Ülkeler gelişmişlik düzeylerine göre değişiklik göstermekle birlikte GSMH'lerinin % 2-16 aralığında payı sağlık harcamaları için ayırmaktadırlar. Meblağın büyüklüğü hesaplandığında sektörde ticari hareketliliğin büyüklüğü görülmektedir.

TÜİK Sağlık İstatistikleri verilerine göre; Türkiye'de sağlık harcamaları 1999 yılında 4.985 Milyon TL ile GSYH içindeki oranı % 4,7 iken; yıllar içerisinde sağlık harcamaları artan ülkemizde; 2002 yılında % 5,1'e , 10 sene sonra 2009'da 57.911 Milyon TL ile GSYH içindeki oranı % 5,8'e yükselmiştir. Küresel krizden sonra bu oran gerilemiş, yine 2012 yılında ekonomik krizle birlikte % 4,5'e düşmüştür. Mevcut düşüşün belirli dalgalanmalarla 2016 yılına kadar devam ederek düştüğü görülmektedir. Bu oran 2016 yılında % 4,3'e düşmüştür.

Türkiye'de gerçekleşen sağlık harcamalarının GSYH'ye oranı, diğer OECD devletleri ile karşılaştırıldığında nispeten daha azdır. Özellikle son yılların verilerine bakıldığında Türkiye, sağlık harcamalarına en az pay ayıran ülkelerden olmuştur. Bu doğrultuda Türkiye'yi takip eden ülkeler Letonya, Meksika, Estonya ve Polonya'dır. En yüksek oranların ise Amerika, İsviçre, Almanya, İsveç ve Japonya'da gerçekleştiği görülmektedir. 2016 yılı OECD ortalaması ise yaklaşık % 9 iken Türkiye % 4,3 oranı ile bu oranın gerisinde kalmıştır (Sayıştay Dergisi, 2018).

2018 senesinde 165.234 Milyon TL olan sağlık harcamasının ise GSYH içindeki oranı % 4,4 olmuş, sağlık harcaması 9 sene içerisinde (2009'dan 2018 arası geçen süre) % 185 oranında artış göstermiştir. Bunun yanı sıra 2019 senesinde 118.641 olan hekim sayısı 2018 senesinde 153.128'e yükselmiş, % 29 artmıştır. 1999'da 1.171 sağlık kurumu bulunurken; 2009'a kadar kurum sayısı; % 1200 artarak 15.205 'e çıkmış; 2018 'de; 2009'a oranla % 127 artarak 34.559'a çıkmıştır. 1999 senesinde 153.465 olan toplam yatak sayısı; 2009'da 188.638'e, 2018'de ise 231.913'e çıkmıştır (TÜİK, Sağlık ve Sosyal Koruma İstatistikleri)

2018 senesinde 10.000 kişiye düşen doktor ve hemşire sayıları sırasıyla şöyledir:

- Avrupa'da 34,1 ve 81,3,
- Afrika'da 3,0 ve 10,1 ,

- Amerika bölgesinde 24,0 ve 83,3,
- Güneydoğu Asya’da 8,1 ve 17,9,
- Doğu Pasifik Bölgesi’nde 18,8 ve 36,3,

Dünya ortalaması 15,6 ve 37,6 olup Türkiye’de 2010 – 2018 arasında 10.000 kişiye düşen ortalama hekim sayısı 18,5 ve hemşire sayısı 27,1’dir. Türkiye bu veriler ışığında; Amerika ve Avrupa’nın gerisinde Güneydoğu Asya, Doğu Pasifik, Afrika bölgesinin üzerinde, Dünya genelinde ise hekim ortalamasının üzerindedir (WHO, World Health Istatistics, 2020).

Amerika yılda, ortalama, 800.000 sağlık turisti almasına rağmen, 2014 yılında 1.250.000, 2016 yılında 1,4 milyon Amerikalının medikal turizm için ülke dışına çıktığı tahmin edilmektedir (Murphy, 2016’dan aktaran; Sinan Karakoç Sf: 124). Çok uluslu bir devlet olan Amerika’da kişiler sağlık turizmi için yurtdışına çıkmak istediklerinde ilk tercihleri kendi ana vatanları olmaktadır; Meksika kökenliler Meksika’ya, İspanyol (Latin Amerika) kökenliler Latin ve Güney Amerika’ya, Koreliler güney Kore’yi vb. tercih etmektedirler. 2017 ekonomik etki tahminlerine göre; ABD’den 23 milyon potansiyel hastanın ve 79,5 milyar dolarlık bir harcama ile farklı ülkelere seyahat edeceği hesaplanmıştır. (Tontuş, H.Ö. 2015).

2016 yılı Patients Beyonds Borders’ın verilerine göre 1.4 milyon Amerikalı medical bir operasyon için farklı ülkelere seyahat etmiştir.

Bununla birlikte yine Patients Beyond Borders 2020 yılı için 2.2 milyon Amerikalının seyahat turizmi için yurtdışına seyahat edeceği tahmininde bulunmuşlardır. Küresel Covid-19 pandemisinden dolayı bu gerçekleşmesi mümkün olmayacak bir tahmin olsa da pazarın büyüklüğünü göstermek açısından önemlidir.

Dünya Turizm Organizasyonu (2013); Sağlık turizminin; seyahat ve iş sebebiyle seyahatten kaynaklı turizmden çok daha hızlı büyümekte olduğunu vurgulamıştır.

TABLO 1. Sağlık Turizminde Ülkelerin Tercih Edilme Nedenleri (Satürk, 2015)

Ülkenin asıl geliri turizm geliri olduğu için	Singapur, Tayland, Kıbrıs Rum Kesimi, Kosta Rika gibi
Ülkenin coğrafi ve politik konum avantajlarından dolayı	Ürdün, İran, Malezya, Brezilya gibi
Ülkenin sağlık hizmetlerinin kalitesi ve teknolojik donanımı iyi olduğu için	Almanya, ABD, Güney Kore gibi
Ülkede sağlık turizmine önem verme politikalarından dolayı	Macaristan Termal Turizm, İspanya Yaşlı Turizmi, Hindistan Tıp Turizmi
Yabancı sermaye girişi ve yurt dışında eğitim görmüş doktor avantajlarını kullanmalarından dolayı	Ürdün, Hindistan, Malezya, Brezilya, Malta
Birçok açıdan avantajı elinde bulunduran ülkeler; coğrafi konum, turizm ülkesi olması, sağlıkta ileri teknoloji, kaliteli sağlık hizmeti sunumu, ekonomik fiyat vb.	Türkiye, Malezya, İsrail

Tablo 1’e bakıldığında Türkiye birçok avantajı elinde bulunduran bir ülke olarak sağlık turizmi açısından avantajlıdır. Türkiye’nin coğrafi konumu, turizm açısından tercih edilen ülke olması, sağlıkta ileri teknoloji kullanması, sağlık hizmetlerindeki kalite, sağlıkla ilgili uygun fiyatlar, sağlık alanında nitelikli çalışanlar, tıp fakülteleri sayısındaki artış gibi faktörler avantaj sunmaktadır.

Sağlık turizminde önce çıkan ülkelere ve şehirlere dair yapılan araştırma ve okumalar neticesinde ortaya çıkan sonuçlara göre:

Almanya: Genel olarak Avrupalı, Kanadalı ve Amerikalı yüksek gelire sahip sağlık turistlerinin özellikle kanser tedavisi için tercih ettiği bir ülke konumundadır. Almanya tedavi ücreti bağlamında ucuz olmasa da ABD ve İsviçre gibi ülkelere nazaran daha çok tercih edilebilir durumdadır,

Polonya, Macaristan: Avrupalı turistler tarafından genellikle ağız ve diş tedavisi ile estetik operasyonlarda tercih edilmektedir. Polonya'nın 2012 senesinde AB'nin % 75'ini finanse ettiği Polonya Medikal Turizminin Geliştirilmesi Programı ile 320.000 kişinin ziyaret ettiği; bu kişilerin % 42'sinin estetik operasyon, 3'te birinin ağız ve diş tedavisi için geldiği belirtilmiştir,

Tayland: Yaklaşık 20 yıldır özellikle cinsiyet değiştirme ameliyatları ile sağlık turistlerinin gündemindedir,

Hindistan: Hindistan sağlık turizminde global ölçekte aslan payına sahip konumdadır. Hindistan'da sağlık turizminde öne çıkan şehirlerin ise büyük hastanelerin bulunduğu konaklama imkânlarının geliştiği büyük şehirler olduğu görülmektedir, Hindistan sağlık alanına yaptığı büyük yatırımlar ve iyi eğitim almış (pek çoğu Hindistan dışında eğitim alıp ülkesine dönmektedir) doktorları ve de gerçekleştirdiği başarılı operasyonlar ile ön plana çıkmış ve çıkmaya devam etmektedir. Özellikle gerçekleştirilen operasyonların ABD ve diğer Avrupa ülkelerinde çok daha yüksek hizmet bedelleri ile gerçekleştirilmesi Hindistan için büyük bir avantajdır. Hindistan'ın Channai bölgesi özellikle sağlık turizminin merkezi olarak bilinmektedir. Yapılan bir araştırmada bölgenin tercih edilmesindeki sebeplerin tanıtımını yaparken; cerrahlarının kendi alanlarından 5000'den fazla operasyonu başarı ile gerçekleştirdiği, dünya çapında hastanelerin son teknoloji ve gelişmelere sahip tıbbi malzeme ve ekipmanlar ile donatılmış olması, konaklamanız için 5 yıldızlı otellerin bulunması, 24 saat çok dilli hizmet veren ve sağlık turistinin ana dilini konuşan yardım masasının olması, sağlık turistinin konakladığı / misafir edildiği odada internet, telefon olanaklarının bulunması belirtilmiştir,

Malezya: Malezya sağlık turizminde üst üste yaptığı büyük atılımlarla global pazarda ön plana çıkan bir ülke durumundadır. Malezya'nın özellikle yabancı dil konusuna ciddi yatırım yapması ve ülkeye gelen turistlerin neredeyse hiç dil bariyerine takılmadan çok rahat bir şekilde iletişim kurabilmesi de oldukça önemlidir. Bununla birlikte Malezya'nın kültürel uyum faktörünün çok güçlü olduğu farklı ülkelerden gelen sağlık turistlerinin ülkede kendilerini son derece rahat hissettiği belirtilmiştir,

Vietnam, İsrail gibi ülkeler ise ilerleyen zamanlarda sağlık turizminde ön plana çıkabilecek ülkeler olarak görülmektedir.

Uluslararası makale ve yayınlarda en çok Malezya, Tayland ve Hindistan konusunda çalışmalar yapıldığı gözlenmiştir.

2. TÜRKİYE'DE SAĞLIK TURİZMİ

Sağlık turizmi uzun yıllardan beri pek çok ülkenin iki önemli sektör için (sağlık ve turizm olmak üzere) önemli fırsatlar barındırması sebebi ile yatırım yaptığı bir çalışma alanıdır.

Patients Beyond Borders'ın verdiği bilgilere göre kişiler aşağıdaki sebeplere istinaden tedavileri için farklı ülkeleri tercih etmektedir:

1. Daha nitelikli bir tedavi alabilmek
2. Uzun bekleme sürelerinden kaçınmak
3. Tedavileri daha uygun fiyatla alabilmek
4. Yakın çevreden tedavi sürecinin detaylarını gizleme isteği.
5. Düşük önemdeki tedavi ve uygulamaları alırken farklı coğrafyaları tanıma imkânı

Türkiye uluslararası basında yer alan çok sayıda haber ve dosyaya, uluslararası hakemli dergilerdeki makalelere göre Dünya'da sağlık turizmi konusunda öne çıkan ülkelerde ilk 10'da yer almakla birlikte özellikle İstanbul bu anlamda ciddi bir tanınırlığa sahiptir.

Sağlık Turizminin Türkiye'de; pratikte alan bulması ve akademik çalışmalarda yer alması 90'lı yıllarda başlamış ve özellikle son on yılda büyük bir ivme kazanmıştır. Türkiye'de sağlık sektörü, 2003 yılında sağlığa dönüşüm programları kapsamında yeni yapılanma sürecine girmiştir. Onuncu Kalkınma Planı ve Sağlık Bakanlığı'nın 2013-2017 stratejik eylem planında genişçe yer verilmiş ve birincil hedefler arasında gösterilmiştir. Ülkemizde turizm, bazı iç ve dış dinamiklere göre değişkenlik göstermektedir. Yani, dünya genelinde yaşanan küresel terörizm, salgın hastalıklar gibi faktörlerden etkilenmektedir. Bu nedenle Türkiye de kendi kaynak ve olanaklarına göre uygun turizm türlerini seçmekte, iç ve dış kaynaklı olumsuz etkilerden koruyacak sistematik projeler geliştirmeye çalışmaktadır. Strateji oluşturma ve yönetim sürecindeki aşamalar; mevcut durum (yapı), iç ve dış dinamikler, eğilimler, amaçlar, vizyon-misyon, nihai hedeflere ulaşılması ve sürdürülebilir rekabet üstünlüğü gibi faktörlerin belirlenmesi; sağlık hizmetlerinde politikaların oluşturulmasında etkili olmuştur.

Yeni Türkiye konjonktüründe ise 2010'da 'Sağlık Turizm Birimi' kurulmasıyla resmîyet kazanmış ve 2010'dan sonraki ciddi çalışmalarda politika olarak ortaya çıkmıştır. Sağlık turizmi, sadece tıbbi tedavi gerektiren hastane-doktor odaklı bir hizmet sektörü olmayıp, aynı zamanda diğer sektörlerle yapılan yatırımlara göre çok daha hızlı sonuçlar verebilen bir ekonomi alanı olmuştur.

Ülkemizin coğrafi konumu ve sağlık sektöründeki mükemmeliyet merkezi olarak değerlendirilebilecek sağlık tesisleri sağlık turizminde Türkiye'nin önemli avantajları arasındadır. Son 10 yılda sağlık turizmi temalı kurulan dernek sayısı yirmiyi geçmiştir. Birçok hastane dünya çapındaki medikal turizm fuarlarına katılmaya başlamış ve hastalara daha iyi hizmet vermek amacıyla 'Yabancı Hasta Departmanı' veya 'Sağlık Turizmi Departmanı' kurmuştur.

İstanbul'da yer alan uluslararası akreditasyonlara sahip sağlık kuruluşları, yurt dışında bilinirliği yüksek olan doktorların bulunması, güçlü sağlık yatırımı alt yapısı, uygulanan tedavi ve operasyonlardaki başarılar Türkiye'nin bu listeye girmesinde önemli faktörlerdir. Bununla birlikte büyük sağlık kuruluşları sağlık turizmi konusuna özellikle yoğunlaşmış ve marka olarak yurt dışındaki bilinirliklerini sağlamıştır.

Türkiye özellikle medikal turizm alanında rekabetçi fiyat uygulamalarına sahip bir ülke konumundadır. Örneğin; Amerika, Türkiye, İrlanda, Tayland, Singapur, Hindistan, İsrail ve İsviçre arasında yapılan fiyat karşılaştırmalarında operasyon türlerine göre bir ayırım yapıldığında, bypass ameliyatları kategorisinde 11.375-15.000 dolar ile en uygun fiyatlı operasyonlar Türkiye’de yapılmaktadır. Omurga füzyonu operasyonlarında Türkiye 7.125 dolar ile Tayvan’ın ardından en cazip ülke konumundadır. Yine kemik iliği transplantasyonunda Türkiye 40.000-70.000 dolar olan fiyat aralığıyla Hindistan ile ilk sırayı paylaşmaktadır (Özer, Sonuğur 2011).

Türkiye’ye gelen uluslararası hasta sayısının her geçen sene arttığı görülmektedir. 2010 senesinde 110.000 hasta gelirken 2014 senesinde bu rakam 500.000 kişiye çıkmıştır. 2017 yılında 765.00 yabancı hasta sağlık turisti olarak Türkiye’yi ziyaret etmiştir. Dönemler arası artışa baktığımızda 2010 ve 2014 arasında % 355, 2014 – 2017 arasında % 53 artış gözlenmiştir. Gerek coğrafi konumu ve kültürel yapısı, gerekse ekonomik ve sağlık sektörü kapasitesine göre Türkiye’nin sağlık turizmi alanında dünya pazarında istediği yeri elde ettiği söylenemez.

T.C. Sağlık Bakanlığı, Sağlık Turizmi Daire Başkanlığı çalışmalarında; yaygın pazarlama ağı sağlanması, kaliteli ve tanıtıcı reklamların artırılması, yeni pazar imkânlarının tespit edilmesi gibi önemli konuların üzerinde durulduğunda pazarda istenilen yerin elde edilebileceğini belirtilmektedir. Sürecin en önemli ayağı olan ülkemizin sağlık sektörünü tüm boyutları ile tanıtılması yerine kurumsal tanıtımlara yönelmiş; kurumsal tanıtım pazarlamadan ziyade ülkeyi temsil edecek sektörel pazarlama – tanıtım kampanyalarının yapılmasının öneminden bahsedilmiştir. Bu sürecin hızlanması amacıyla ‘Sağlık Turizmi Koordinasyon Kurulu’ 2014 senesinde çalışmalara başlamış, kısa adı SATURK olan kurum 2015 senesinde Başbakanlık genelgesi ile kurulmuştur.

Türkiye; modern hastaneleri, yetişmiş insan gücü, alanında uzman doktorları, teknolojik altyapı ve tecrübe birikimi ile Avrupa standartlarında hizmet vermektedir. Bu anlamda alanında uzman dünyaca ün yapmış doktorlara sahiptir. Geniş bir yelpazede hizmet vermektedir. Hem özel sağlık kurumlarıyla hem de devlet bünyesindeki çeşitli kategorilerdeki hastaneleriyle birçok dal ve branşta hizmet sunmaktadır. Türkiye’de sunulan medikal hizmetlerin başında; göz ameliyatları, diş ameliyatları, tüp bebek uygulamaları, estetik ve plastik operasyonlar, kalp ve damar hastalıkları yer almaktadır (Şahbaz ve vd. 2012:277).

Turizmden gelen gelirin büyük çoğunluğu döviz olarak ülke ekonomisine katılmaktadır. Bu nedenle Türkiye için mevcut durumda, ekonomik dalgalanmaların olduğu bir dönemde özellikle dolar ve Euro cinsi döviz kurları dış ticaret ve borçlarında dengenin sağlanmasını ve ülkenin alım gücünü pozitif etkileyeceğinden; ‘yabancı sermaye’, ekonomide istikrarın sağlanması açısından hayati önem taşımaktadır (Burtan Doğan, B., Aslan, A., 2019).

‘Türkiye, Ekonomi Bakanlığı tarafından resmi gazetede; 2 Haziran 2015 tarihli, 2015/8 sayılı döviz kazandırıcı hizmet ticaretinin desteklenmesi hakkında kararın uygulama usul ve esaslarına ilişkin bir genelge yayınlamış, hizmet sektörü rekabet gücünün artırılması projesini kapsamı ile yurt içi veya yurt dışında sağlık turizm şirketlerini pazara girişinden, reklam ve film desteklemelerinden, hizmet sunumuna kadar birçok yönden destekleme kararı almıştır.’ Bu durum sağlık turizminin ciddi önemli döviz kaynaklarından olduğunun tescillenmiş halidir (Resmi Gazete, 2015).

Türkiye’nin 2018 yılı yaklaşık 46 milyon kişi ile turizm geliri bir önceki yıla göre %12,3 artarak 29 milyar 512 milyon 926 bin dolar, kişi başına ortalama harcama 678 dolar şeklinde gerçekleşmiştir (TÜİK, Turizm İstatistikleri, 2018). Ancak bu miktarın içinden sağlık turizmi kapsamında elde edilen gelirin tam miktarı belirsizliğini korumaktadır. Bu belirsizliği ortadan kaldırmak için öncelikle, Sağlık Bakanlığı’nın

tanımladığı şekilde; medikal turizm, termal turizm, engeli ve ileri yaş turizmini de sağlık turizmi kümesine eklemek ve böyle değerlendirmek gerekmektedir. Ardından bu kapsamda hizmet sunan tüm kurumların hem sayısal hem de elde ettikleri gelirlerin faturalandırılması ve bir arada toplanması ile sonuca ulaşılması sağlanmaktadır.

Türkiye Sağlık Turizmini Geliştirme Konseyi tarafından 2018 yılı turizm haftası kapsamında yapılan değerlendirmelere göre, ülkemizde sağlık turizmi kategorisinde değerlendirilen amaçlar doğrultusunda bulunan turistlerden kişi başına ortalama 9 bin dolar gelirin elde edildiği tespit edilmiştir. Turizm pastasında sağlık turizminin 7,2 milyar dolarlık bir paya sahip olduğu belirtilmiştir (THTC, 2018). Sağlık turizmindeki bazı önemli gelişmeler sayesinde sektörde hasta gönderen değil, hasta alan konuma gelmiştir. Sağlık hizmeti için - biz değil, siz bize gelin - mesajı vermektedir (Burtan Doğan, B., Aslan, A., 2019).

Hastaların bilmedikleri bir ülkeye /şehre sağlık hizmeti alma amaçlı gitmeleri için, öncelikle o ülkenin ve devamında şehrin varlığının, geleneksel turizm olanaklarının ve ülkenin sağlık hizmetleri kapasitesinin farkında olmaları gerekir. Bu tür bir farkındalığı oluşturmak için planlı tanıtma kampanyaları yapılması gereklidir. Bireylerin geleneksel turizm planlamalarında; destinasyonun kültürü, yerel dili, yaşam tarzı gibi kriterler seyahat planında etkin motive edici özgün farklılıklar olarak değerlendirilirken, sağlık turizminde teknoloji, kalite, sertifikasyon, akreditasyon, gelişmiş ülkelere benzerlik ve anadilde iletişim öncelikli olmaktadır. Her geçen yıl önemi ve büyüklüğü artan uluslararası sağlık turizmi endüstrisinden büyük pay alan ülkelerin başarılarında bilimsel araştırmalara dayanan, devamlılık arz eden, koordineli bir şekilde yürütülen bütüncül tanıtım faaliyetlerinin yadsınmaz yeri vardır.

Azerbaycan'da medikal turizm ile ilgili temel paydaşlar üzerinde yapılan çalışmada neden gelişme sağlanamadığı araştırılmış ve pazarlama eksikliğinin olduğuna vurgu yapılmıştır. Yapılan araştırmalar kurumların tanıtım noktasında en fazla web sayfalarını kullandığı göstermektedir. Bu noktada tek etkili yöntemin bu olmadığı ve kurumların tanıtım amacıyla sempozyum gibi etkinliklere katılarak ya da reklam vererek çalışmalar yaptığı bilinmektedir. Yapılan inceleme sonucunda temelde ülke ve kurum seçimi olmak üzere iki ayrımın olduğu gözlemlenmiştir. Ülke seçimi kapsamında sosyo-ekonomik ve politik durumun, mevzuatın, aracı kuruluşların, ulaşımın ve diğer turizm faaliyetlerinin etkili olduğuna; kurum seçiminde ise, kalite, maliyet, tanıtım, iletişim, teknoloji ve bekleme sürelerinin etkili olduğuna vurgu yapılmıştır. Ayrıca bu noktada kurum; sahip olduğu teknoloji düzeyi, bekleme sürelerinin az olması ve maliyetin diğer ülkelere göre daha az olduğunu gösteren avantajlarını açık bir şekilde ifade edebilmelidir.

Türkiye'den ilimiz; Kayseri'yi inceleyecek olursak; Kayseri sahip olduğu sağlık kuruluşları (kamu ve özel sektör yatırımları) toplam yatak sayısı, hizmet veren doktor sayısı ve yardımcı sağlık personeli düşünüldüğünde sağlık turizmi konusunda ciddi atılım yapabilecek güçlü bir alt yapıya sahiptir. Bununla birlikte sağlık turizmi için olmazsa olmaz olan turizm değerleri, turistik tesisler, konaklama imkanları ise Erciyes dolayısıyla zaten büyük oranda kentte bulunmaktadır. Kayseri için sağlık turizminde yapılacak faaliyetler şehrin gelecek vizyonu için önemli bir adım olacak ve ilerleyen yıllarda şehrin marka değerine ciddi ölçüde katkıda sağlayacaktır. Bu noktada görülüyor ki önemli olan başlangıç olarak şehrin sahip olduğu imkan ve değerleri bütüncül olarak değerlendirip istikrarlı olarak çalışmalar gerçekleştirmek ve sonrasında da sektörün büyümesi için hem kamu hem özel sektör eliyle gerekli yatırımları yapmaktır.

Ülkenin içinde bulunduğu siyasal, sosyal ve ekonomik durumun iyi olması hasta tercihlerini etkilemektedir. Akademisyenler tarafından yapılan çalışmalarda Singapur ve Malezya gibi Asya ülkelerin tercih edilmelerinde bu durumların etkili olduğu belirtilmektedir. 11 Eylül saldırıları sonrasında ABD'deki medikal turizm faaliyetlerinin olumsuz etkilendiği ve Almanya'nın bu dönemde körfez

ülkelerini hedef alarak durumu fırsata çevirdiği görülmektedir. Tayland'da ortaya çıkan taşıyıcı annelik skandalı ve Hindistan'da artan suç oranının yarattığı olumsuz etkilerde örnek olarak verilebilir. Malezya'da yapılan kapsamlı çalışmada da benzer bir sonuç elde edilmiş ve uzun vadede karlılık getiren bir yaklaşım geliştirilebilmesi için suç oranlarının azaltılması ve güvenliğin artırılması gerektiği belirtilmiştir. Aynı şekilde Azerbaycan'da yapılan bir çalışmada uluslararası meselelerin ve politik problemlerin medikal turizmi olumsuz etkilediği ifade edilmiştir. Bu bilgiler ışığında yapılacak çalışmalarda Kayseri'nin güvenli bir şehir olduğunun vurgulanması önemlidir.

3. SAĞLIK KURUMLARI MEVCUT DURUM ANALİZİ

Kayseri’de faaliyet gösteren sağlık kuruluşlarına yüz yüze görüşme yöntemi ile uyguladığımız anket çalışması için kamu ve özel sektörden 37 kurum ile iletişime geçilmiş, toplamda 24 kurum çağrımıza olumlu yanıt vermiştir. Araştırma sektörün mevcut durum analizini yaparken önemli veriler sağlamış hem de kurumların sağlık turizmi konusuna yaklaşımını öğrenmek için oldukça faydalı bilgiler edinmemize yardımcı olmuştur.

Kayseri İl Sağlık Müdürlüğü 2019 verilerine göre ilimizde 3 devlet ve kamu hastanesi, 13 özel hastane, 17 dış polikliniği ve 4 estetik ve güzellik polikliniği olmak üzere toplam 37 kurum bulunmaktadır. **İlimizde 15 sağlık tesisi ve 2 aracı kurumun sağlık turizmi yetki belgesi olup toplam 17 kurumun yetki belgesi bulunmaktadır.**

İlimizde bulunan özel hastanelerin yatak sayısı 1180, kamu ve devlet hastanesinin yatak sayısı 1907, Üniversite hastanesinin yatak sayısı 1251’dir.

Özel hastanelerde çalışan hekim 517, diş hekimi 28, hemşire 740, diğer yardımcı sağlık personeli 596 kişidir.

Kamu ve devlet hastanelerinde 1553 hekim, 3288 hemşire, 2056 yardımcı sağlık personeli, Erciyes Üniversitesi’nde; 884 hekim, 915 hemşire, 518 yardımcı sağlık personeli görev yapmaktadır.

İlimiz merkez ilçelerin de toplam 432, diğer ilçelerle birlikte ilimizde toplam 508 eczane bulunmaktadır.

ASTUDER üyelerinin SKS standartlarına hangi ölçekte uyum gösterildiğine yönelik bir çalışma gerçekleştirmek istenmiş ancak üye olarak kurumlar yerine bireylerin alınması bu istatistiksel çalışmayı gerçekleştirmemize engel olmuştur.

İlimizde Sağlık Turizmi Yetki Belgesine **sahip saç ekim merkezi ve / veya polikliniği bulunmamakta**, saç ekimi sağlık turizmi yetki belgesine sahip hastaneler bünyesinde estetik cerrahisi branşı altında uygulanmaktadır.

Erciyes Üniversitesi Tıp Fakültesi’nin JACIE (Joint Accreditations Committee of ISCT and EBMT) tarafından akredite edilmiş **Erişkin Kemik İliği Transplantasyon Merkezi**, ve **Çocuk Kemik İliği Transplantasyon Merkezi**, Erciyes Üniversitesi Tıp Fakültesi ve Kayseri Şehir Eğitim ve Araştırma Hastanesi’nin **Böbrek Nakli Merkezi Faaliyet İzin Belgesi** bulunmaktadır. İlimizde başka özel, kamu ve üniversite hastanelerinin hiçbirinde doku ve / veya organ nakli faaliyet izin belgesi bulunmamaktadır.

Anket sorularının hazırlanması aşamasında öncelikle literatür taraması gerçekleştirilmiş; sağlık turizmi alanındaki önemli konular belirlenip farklı araştırmalar incelenmiştir. Konu başlıkları belirlendikten sonra açık ve kapalı uçlu sorular oluşturularak, nitelikli bir mevcut durum analizi gerçekleştirmeye yarayacak araştırma formu tasarlanmıştır. Anket soruları hazırlandıktan sonra İl Sağlık Müdürlüğü, Anadolu Sağlık Turizmi Derneği ve ORAN Kalkınma Ajansı ile paylaşılıp gerekli gördükleri öneri ve revizyonlar için görüşleri alınmış, gerekli değişiklikler geri dönüşlerine istinaden yapılmış ve ankete son hali verilmiştir. Ardından saha çalışması başlatılmış; saha çalışmasında yöntem olarak derinlemesine yüz yüze görüşme yöntemi benimsenmiştir. Mevcut durum analizi gerçekleştirilirken istatistiksel olarak anlamlı ve çalışmaya değer katacak veriler dikkate alınmıştır.

Görüşmeler anket çalışmasını gerçekleştiren kişiler tarafından öncesinde hastane ve poliklinik yöneticilerinden randevu alınıp, ilgili yöneticiler ziyaret edilerek gerçekleştirilmiştir. Anket uygulaması

sırasında izin veren kuruluşlarda doğrulama yöntemi olarak fotoğraf çekilmesi de sağlanmıştır. Aşağıda bulunan veriler tamamen ankete katılanların verdikleri cevaplardır; öneri ve yorum içermemektedir.

Ankete katılan özel hastane sayısı: 10

Özel Ağız ve Diş Sağlığı Merkezleri ile Poliklinikler: 10

Kamu Hastanesi: 2

Özel Estetik Poliklinik: 1

Özel Göz Tedavi Polikliniği: 1

TABLO 2. Araştırmaya Katılan Kuruluşlar Genelinde Sağlık Çalışan Sayısı ve Yatak Sayısı

Sütun1	Örneklem Sayısı	Toplam Çalışan Sayısı	Doktor Sayısı	Hemşire Sayısı	Sağlık Personeli Sayısı *	İdari Kadro Personel Sayısı**	Destek Operasyon Personel Sayısı***	Toplam Yatak Sayısı
Kamu Hastaneleri	2	4011	801	1173	779	401	665	1429
Özel Diş Hastaneleri ve Poliklinikleri	10	33	11	1	11	5	5	0
Özel Hastaneler	10	252	36	84	55	39	59	105
Diğer	2	29	4	5	6	3	7	4

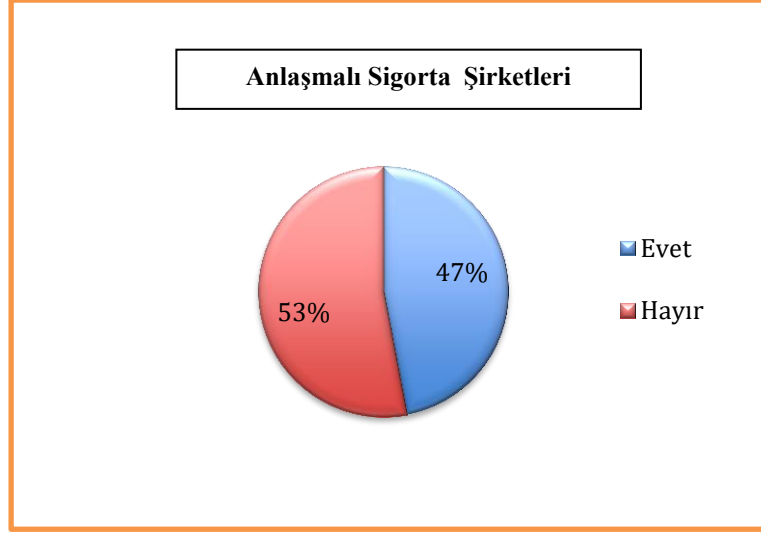
*Ebe, Görüntüleme Teknisyenleri vb... *** Mavi Yakalı Personel-hastabakıcı, temizlik görevlisi vb...

** Doktor olmayan beyaz yakalı personeli - muhasebe, satın alma, hukuk vb...

Araştırmaya katılan tüm kurumlar, hizmet verdikleri branşları ve bünyelerinde bulunan tıbbi üniteler sorusunu cevaplamıştır. Kayseri’de faaliyet gösteren kamu ve özel hastaneler, özel tıbbi ve diş poliklinikleri ile estetik merkezleri göz önüne alındığında şehre gelip “sağlık turisti” olarak hizmet almak isteyen bir kişi, tüm tıbbi branşlar ile görüntüleme ve laboratuvar hizmetlerini rahatlıkla alabilir. Kayseri’nin hizmet verdiği tüm tıbbi branşlarda, kalifiye bir doktor profiline ve hizmet alt yapısına sahip olduğu görülmüştür.

Araştırmaya katılan kuruluşların, %47’sinin (8 kurum) yurt dışında anlaşmalı olduğu bir sigorta şirketi bulunurken %53’ü (9 kurum) anlaşmalı bir sigorta şirketleri bulunmadığını ifade etmiştir.

Sigorta anlaşması yapılan şirketler Euroka Sigorta, Zurich Sigorta, Sompo Japan, Mapfre, Zilveren Kruis, Eurocross, Eurocenter, Remed Assistance ve Agis’tir.

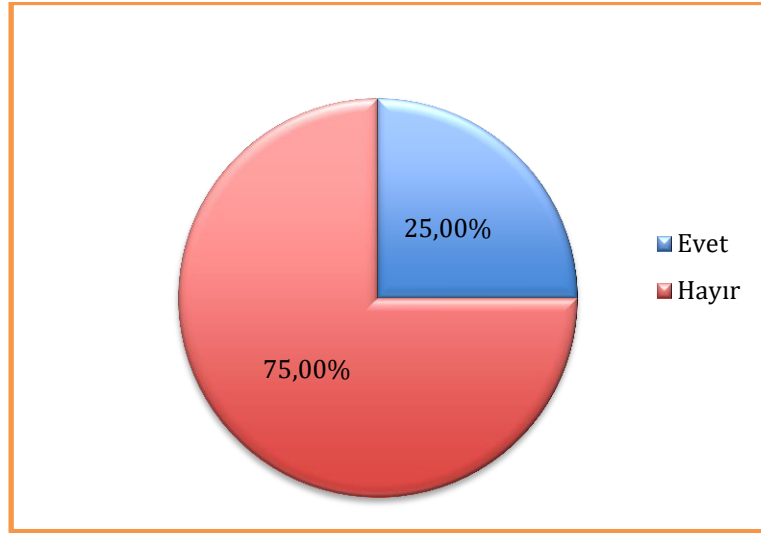


ŞEKİL 1. Yurt Dışı Anlaşmalı Sigorta Şirketlerinin Varlığı

3.1. HASTANE ÇALIŞAN PROFİLİ

Araştırmaya katılan kuruluşların %25'inde (6 kurum) yabancı bir personel çalışırken %75'inde (18 kurum) ise yabancı uyruklu bir personel çalışmamaktadır.

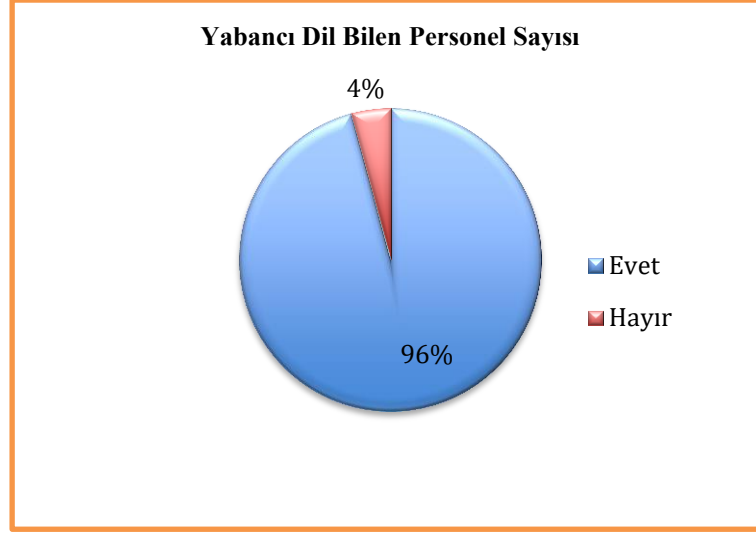
Yabancı personel çalıştırdığını belirten kurumlardan en fazla sayıda yabancı personeli istihdam eden iki kurum Erciyes Üniversitesi 53 kişi, Şehir Hastanesi 9 kişi olmakla birlikte 4 kurumda birer yabancı personel çalışmakta, bir tane özel hastanede ise 3 yabancı personel görev almaktadır.



ŞEKİL 2. Anket Uygulanan Örneklemin Yabancı Personel Çalıştırma Oranı

Araştırmaya katılan kurumların %96'sında en az bir kişi olmak üzere ileri seviyede yabancı dil bilen personel çalışmakta %4'ünde ise herhangi bir yabancı dil bilen birisi çalışmamaktadır. Yabancı dil bilmek; gelen hasta ile iyi seviyede iletişim kurabilmek olarak belirlenmiştir.

Hastane personeli tarafından bilinen yabancı diller gelen cevapların frekansına göre sırasıyla İngilizce (23 kurum), Almanca (7 kurum), Arapça (5 kurum), Flamanca (3 kurum), Rusça (2 kurum), Farsça (1 kurum) ve Fransızca (1 kurum) olarak belirtilmiştir.

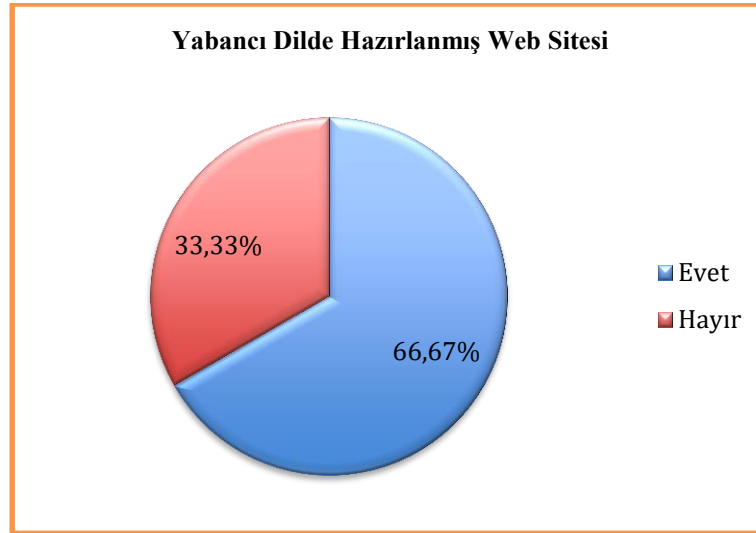


ŞEKİL 3. Anket Uygulanan Örneklemin Yabancı Dil Bilen Personel Oranı

3.2. HASTANE OPERASYONLARI/FAALİYETLERİ

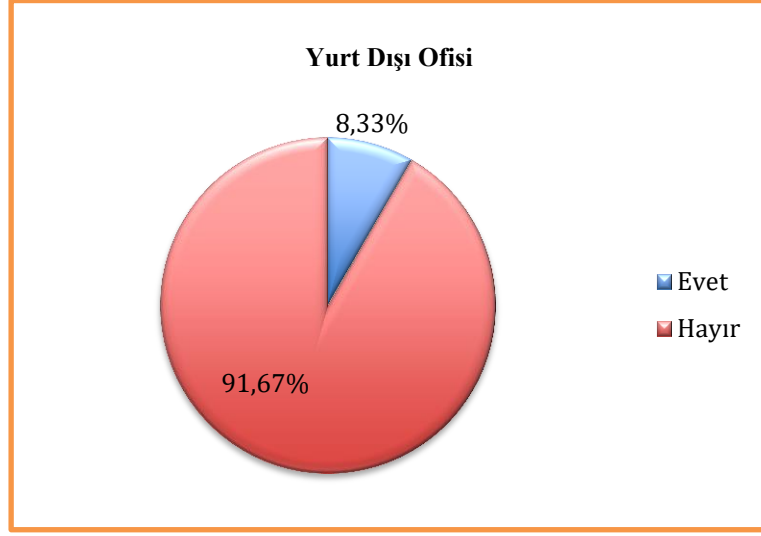
Araştırmaya katılan kurumların %67'si (16 kurum) kurumlarının yabancı dilde hazırlanmış bir web sitesi olduğunu söylerken %33'ü (8 kurum) yabancı dilde hazırlanmış bir web sitesine sahip olmadıklarını belirtmiştir.

Yabancı dilde hazırlanmış web sitelerinin hangi dilde olduğuna yönelik olduğu sorulduğunda verilen cevapların frekansına göre sırayla en fazla İngilizce (16), Almanca (8), Arapça (6), Fransızca (5), Rusça (2) ve de sadece 1'er kurumda bulunan Flamanca, Azerice, Arnavutça, Boşnakça, Romence ve Bulgarca'dır.



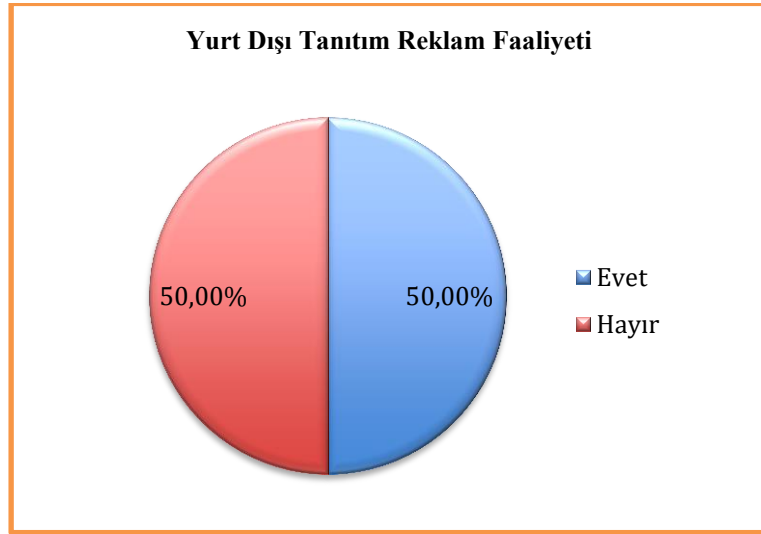
ŞEKİL 4. Anket Uygulanan Örneklemin Sahip Olduğu Yabancı Dilde Hazırlanmış Web Sitesi Oranı

Araştırmaya katılan kurumların %92'sinin (22 kurum) yurt dışında bir ofisi bulunmazken %8'inin (2 kurum) yurt dışı ofisi bulunmaktadır. Katılımcılardan bir kurum Almanya ve Hollanda'da ofisleri bulunduğunu belirtmiş, bir başka kurum ise ofisin bulunduğu ülkeyi söylemek istememiştir.



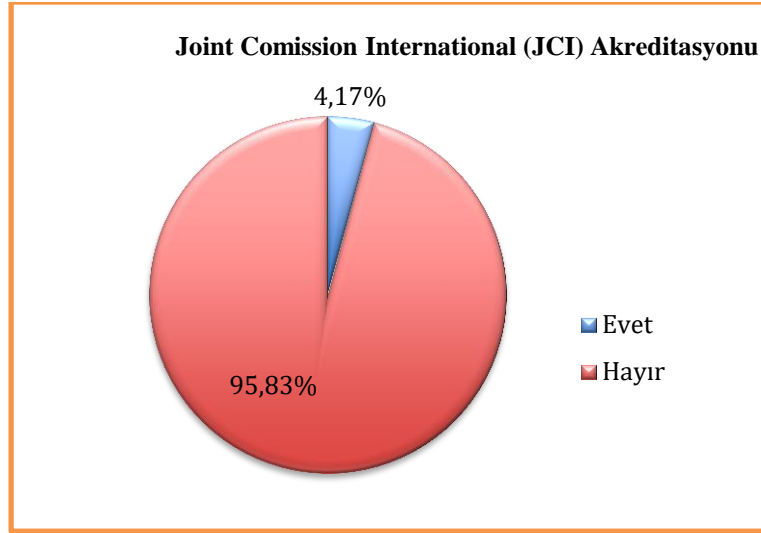
ŞEKİL 5. Anket Uygulanan Örneklemin Yurt Dışında Ofise Sahip Olma Oranı

Katılımcıların %50'si kurumlarının yurt dışında tanıtım ve pazarlama faaliyeti gerçekleştirdiğini söylerken %50'si bu konuda bir çalışma yapılmadığını belirtmiştir.



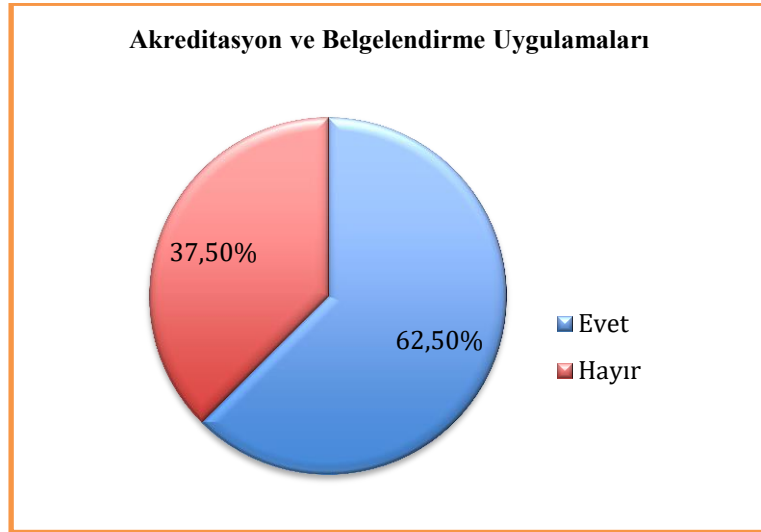
ŞEKİL 6. Anket Uygulanan Örneklemin Yurt Dışı Tanıtım Ve Reklam Faaliyetleri Oranı

Katılımcıların %96'sı (23 kurum) kurumlarının **JCI akreditasyonuna** sahip olmadığını belirtirken %4'ü yani araştırmaya katılan kurumlardan yalnızca 1 tanesi uluslararası geçerliliğe sahip olan bu önemli akreditasyona sahip olduklarını ifade etmiştir.



ŞEKİL 7. Anket Uygulanan Örneklemin Sahip Olduğu JCI Akreditasyon Oranı

Katılımcıların % 63'ü (15 kurum) kurumlarının farklı ulusal ve uluslararası akreditasyon ve belgelendirme sistemine (ISO ve kalite belgeleri gibi...) sahip olduğunu belirtirken %37'si (9 kurum) bu sistemlere sahip olmadıklarını söylemiştir.



ŞEKİL 8. Anket Uygulanan Örneklemin Sahip Olduğu Diğer Akreditasyon ve Belgelendirme Uygulamaları

TABLO 3. Araştırmaya Katılan Kurumların Yoğun Bakım Ünitesine Sahip Olma Durumu

Sağlık Kurumları Profili	Var	Yok	Yoğun Bakım Ünitesi Olma Oranı
Kamu Hastaneleri	2	0	100%
Özel Diş Hastaneleri ve Poliklinikleri	0	10	0%
Özel Hastaneler	10	0	100%
Diğer	0	2	0%

3.3. YOĞUN BAKIM ÜNİTESİ ORTALAMA YATAK KAPASİTELERİ

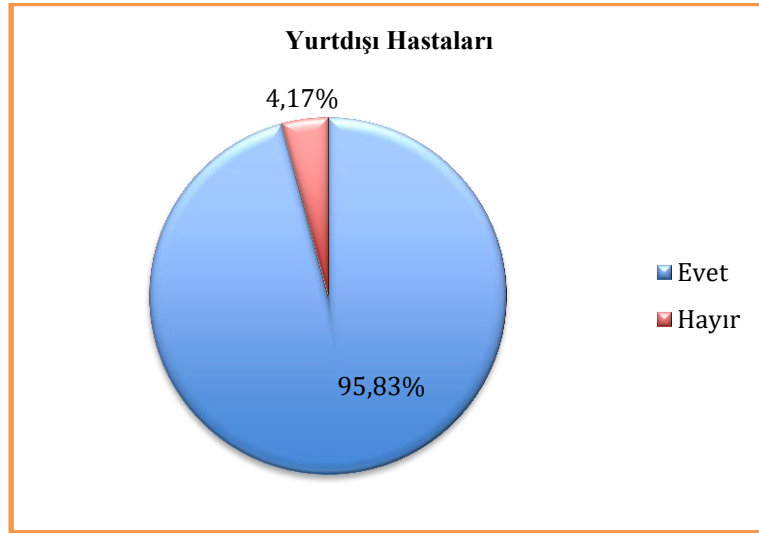
TABLO 4. Kamu ve Özel Hastanelerdeki Yoğun Bakım Yatak Kapasitesi

Sağlık Kurumları Profili	Örneklem Sayısı	Ortalama Yatak Kapasitesi
Kamu Hastaneleri	2	239
Özel Hastaneler	10	31

Soruyu cevaplayan 12 kurumdan 6 tanesi 1. , 2. ve 3. seviye yoğun bakım ünitesine; 2 kurum 2. ve 3. seviye yoğun bakım ünitesine; 1 tane kurum 1. ve 3. seviye yoğun bakım ünitesine; 1 kurum sadece 1. seviye yoğun bakım ünitesine; 2 kurum ise sadece 3. seviye yoğun bakım ünitesine sahip olduğunu belirtmiştir.

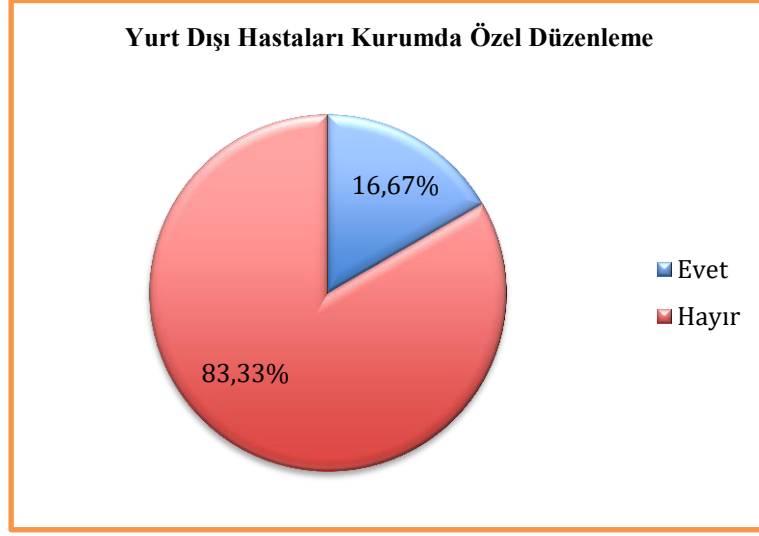
Soruyu cevaplayan kurumlardan en fazla yoğun bakım yatak kapasitesine sahip iki kurum olan Erciyes Üniversitesi ve Şehir Hastanesi'nin ortalama yoğun bakım yatak kapasitesi 239, diğer kurumların ise 31'dir.

Katılımcıların %96'sı (23 kurum) kurumlarında yurt dışından gelen hastaları tedavi ederken %4'ü (1 kurum) yurt dışı hastalarını tedavi etmediğini söylemiştir. Kayseri'de ikamet eden yabancı uyruklu kişiler bu kapsam dışında tutulmuştur. Bu soruya "hayır" cevabını veren kurum ilerisi için de yurt dışından gelen hastaları tedavi etmeyi planlamadığını belirtmiştir.



ŞEKİL 9. Anket Uygulanan Örneklem Yurtdışı Hastaları Tedavi Etme Oranı

Katılımcıların %83'ü (20 kurum) kurumlarında yurt dışından gelen hastalar için ayrı yatak ve odalar bulunmadığını bunun için özel bir düzenleme yapılmadığını söylerken %17'si (4 kurum) yurt dışı hastaları için özel bir düzenleme yapıldığını belirtmiştir.



ŞEKİL 10. Anket Uygulanan Örneklemin Yurt Dışından Gelen Hastalar İçin Ayrı Yatak Ve Oda Düzenleme Oranı

Katılımcılara “yurt dışında gelen hastalar kurumunuzda tedavi olmak isterse yeterli alt yapıya ve kapasiteye sahip misiniz” sorusu sorulduğunda %96’sı (23 kurum) evet derken %4’ü (1 kurum) hayır cevabını vermiştir.

Bu soru için katılımcılar tarafından verilen detaylı bilgiler aşağıdaki gibidir:

- “İhtiyaç olan tüm ekipmanlar hastanemizde mevcuttur.”
- “Hastanemizin teknik imkanları (modern tıpta kullanılan en son teknolojik cihazlar), tedaviyi yapacak alanlarında branşlarının en iyisi olan hekim kadromuz ve tecrübeli yardımcı sağlık personelimiz ile bu hastalara mükemmel sağlık hizmeti verecek durumdayız.”
- “Hastanenin bir katı özel olarak ayarlanmış olup belirli sayıdaki yatak sağlık turistlerine ayrılmış durumdadır. Bu kısma ayrı hizmet verilmektedir. Bahreyn ve Umman'dan gelen hastalarımız var. Kemik iliği nakli, plastik cerrahi, KBB ve kanser cerrahi operasyonları yapılıyor.”
- “Hem teknik donanım, hem tıbbi açıdan yeterli bir kurumuz.”
- “Branşlarımız doğrultusunda teknik donanımımız yeterli.”
- “6 adet suit odamız yabancı hastalara anında tahsis edilebilecek şekildedir. Her an ek personel tahsis edebilecek esnek bir yapıya sahibiz. Spesifik yemek çıkarabilecek kapasitedeyiz. Aileler için otel anlaşmalarımız mevcut.”
- “Sağlık turistlerine her türlü imkanı sunuyoruz. Uzman hekimlerimiz mevcut ve estetik yapabiliyoruz.”

- “Alt yapı yönünden sıkıntımız yok. Ameliyathane hizmet verebiliyor, çok çeşitli laboratuvarımız var. Tedavi süresi belirlidir.”
- “98 yatak kapasitemiz var.”
- “Yabancı dil bilen çalışanlarımız mevcut ve hekim kadromuz alanında uzman. Ancak sağlık turizmi kapsamında özellikle ayrılmış bir alan mevcut değil”
- “Sağlık yetki belgemiz var. İngilizce bilen elemanlar ve hekimlerimiz var. Avrupa, Afrika ve Arap ülkeleri ile görüşüyoruz.”
- “2 şubemiz var ve 3.üncü şubemiz de açılmak üzere. Her şubemiz tek hastane gibi her türlü alet edevat, hekim, asistan mevcut.”
- “Hastanemiz tam teşekküllü olup yurt dışından gelecek olan hastalara gerekli tıbbi desteği verebilecek tecrübe, teknolojik kapasite ve alt yapıya sahiptir.”
- “Kurumumuzun teknolojik alt yapısı gelişmiştir ve her an geliştirilmeye açıktır. İnsan kaynağı altyapımız genç ve dinamikdir. Açık görüşlü ve dinamik yapımız ile hızlı ivme yakalayabilecek kapasitededir.”
- “Teknik altyapı, yabancı dil bilgisi, dış branşındaki uzmanlık alanları ile bu alt yapıya sahiptir”
- “Yatak sayımız yeterlidir”
- “Teknolojik anlamda tam teşekküllü tüm birimlerimiz ile hazırız.”
- “Yoğun bakım, ileri tetkik tedavi tüm hizmetlerimiz mevcuttur”
- “Yeterli yatak sayımız vardır.”
- “4 katlı binanın 3 katı klinik olarak hizmet vermektedir.”
- “Toplu hasta gelirse bakamıyoruz. Bireysel hasta bakıyoruz. Sadece ortopedi hastalarına bakabiliriz.”



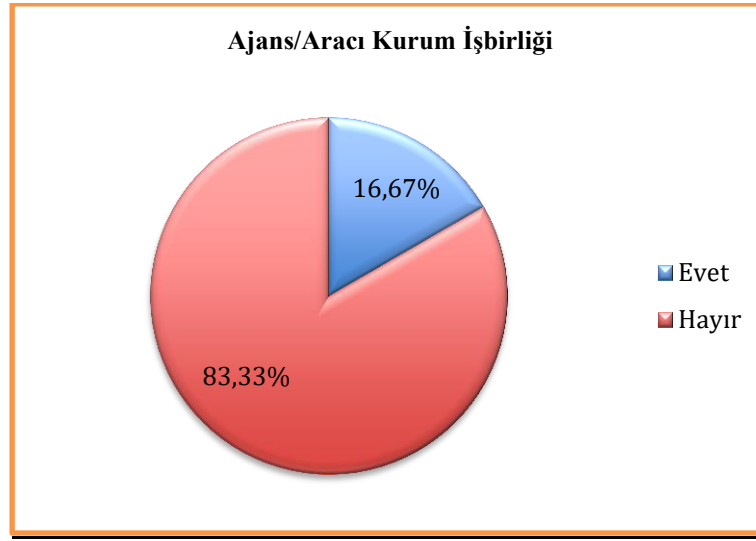
ŞEKİL 11. Anket Uygulanan Örneklemin Yurt Dışı Hastaları İçin Gerekli Altyapıya Sahip Olma Oranı

3.4. YURT DIŞINDAN GELEN HASTALARIN ULAŞIMI VE KONAKLAMASI

Kurumların %83'ü (20 kurum) yurt dışından hasta getirmek için bir bir aracı kurumla/ajansla çalışmazken %17'si (4 kurum) çalıştığını söylemiştir.

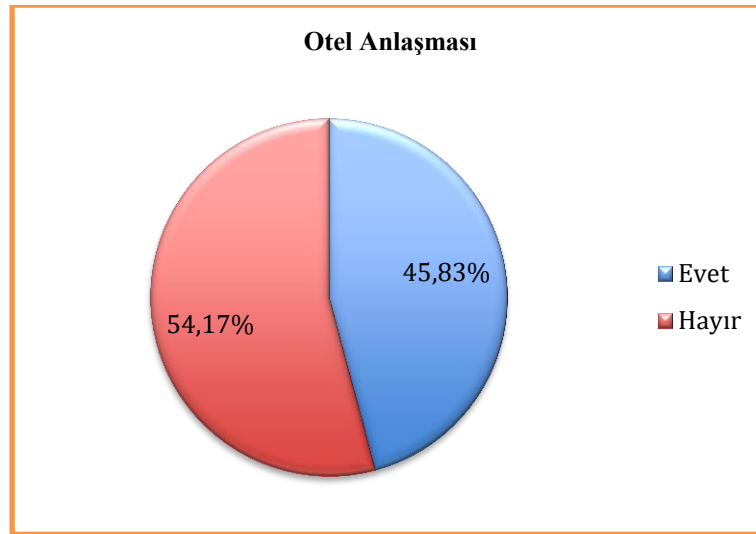
6 kurum çalıştıkları aracı kurumların hangi ülkede bulunduğu sorusuna cevap vermiştir.

2 kurum sadece Türkiye'deki ajans ve aracı kurumlar ile çalıştığını belirtirken, 1 kurum bu ülkeleri belirtmek istememiş, 1 kurum Almanya, Hollanda ve Türkiye'deki aracı kuruluşlar ile çalıştığını, 1 kurum ise Bulgaristan, İngiltere, Irak, Suudi Arabistan, Kazakistan ve Türkiye'deki kurumlar ile çalıştığını ifade etmiştir.



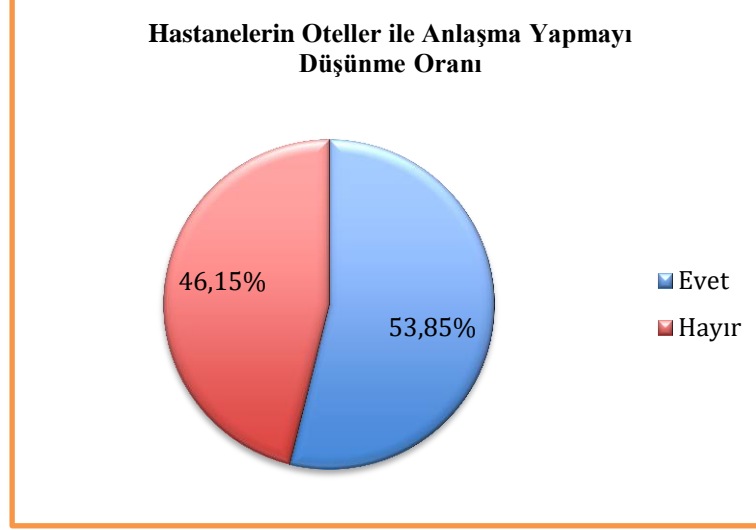
ŞEKİL 12. Anket Uygulanan Örneklemin Hasta Getirmek İçin Aracı Kurumla Çalışma Oranı

Katılımcıların %54'ü (13 kurum) yurt dışından gelen hastalar ve yakınlarının konaklayabilmesi için otellerle anlaşması bulunmadığını %46'sı (11 kurum) ise otel anlaşmaları olduğunu ifade etmiştir.



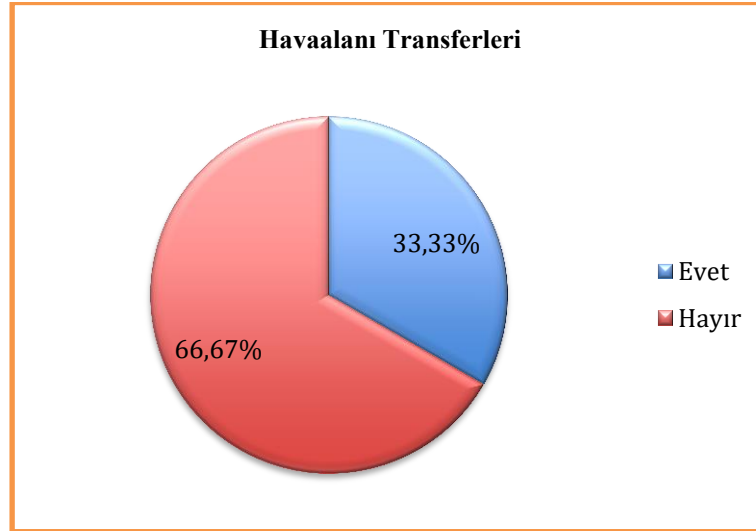
ŞEKİL 13. Anket Uygulanan Örneklemin Hasta ve Hasta Yakınları İçin Otellerle Anlaşmasının Bulunma Oranı

Otel konaklaması için anlaşması olmadığını söyleyen kurumların %53'ü (7 kurum) oteller ile anlaşma yapmayı düşünebileceğini belirtirken %47'si(6 kurum) böyle bir düşüncesi olmadığını vurgulamıştır.



ŞEKİL 14. Anket Uygulanan Örneklemede Otel Anlaşması Bulunmayan Kurumların Otellerle Anlaşma Yapma İsteği

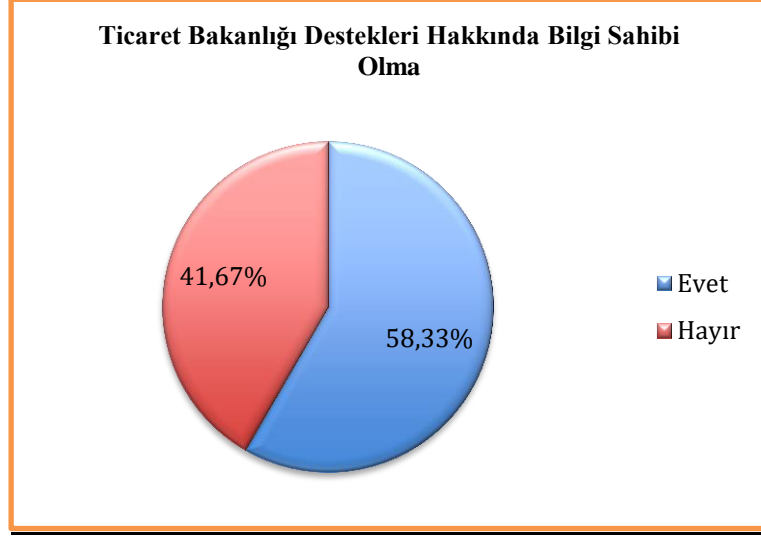
Katılımcıların %67'si (16 kurum) sağlık turistlerinin havaalanı transferleri için bir kurumla anlaşması olmadığını belirtirken %33'ü (8 kurum) ise bu anlamda bir işbirlikleri olduğunu söylemiştir.



ŞEKİL 15. Anket Uygulanan Örneklemin Hasta ve Hasta Yakınları için Transfer Şirketleri ile Anlaşmasının Bulunma Oranı

Araştırmaya katılan kurumların %58'i (14 kurum) sağlık turizmi için Ticaret Bakanlığı'nın yabancı dil bilen personel, acenta komisyonu, yurt dışı irtibat bürosu kirası ve tanıtım faaliyetleri için

sunduğu desteklerden haberdarken %42'si(10 kurum) bu destekler hakkında bilgi sahibi olmadığını söylemiştir.



ŞEKİL 16. Anket Uygulanan Örneklemin Sağlık Turizmi İçin Ticaret Bakanlığı'nın Desteklerinden Haberdar Olma Oranı

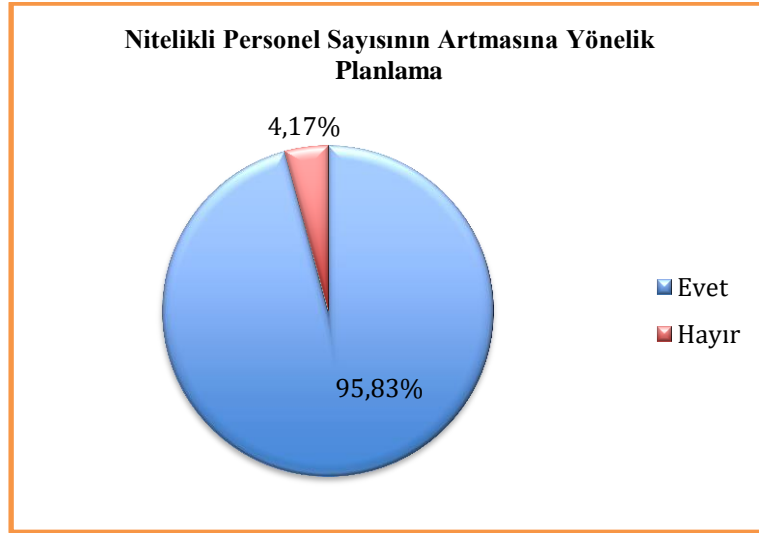
3.5. HASTANE KAPASİTELERİ VE HASTANE YATIRIMLARI

Katılımcılardan 13 tanesi kurumlarının yıl boyu yatarak tedavi doluluk oranları verilerini paylaşmıştır. Kurumların yıl boyu yatarak tedavi doluluk oranlarının ortalaması %70,3'tür.

Araştırmaya katılan kuruluşların %96'sı (23 kurum) hastanenin nitelikli personel artışı planları olduğunu belirtmiş %4'ü (1 kurum) ise bu yönde yeni personel alımı yapmayı planlamadıklarını söylemiştir. Kurumların konuyla ilgili verdikleri detaylar aşağıdaki gibidir:

- “Sürekli eğitimler vermek. (Kurum içi ve Kurum Dışı). Öğretim üyesi kadro çalışmaları planlaması yapıldı.”
- “Eleman alımı devlet tarafından yapılıyor. Hastane personeli için hizmet içi eğitimi sürekli veriyoruz.”
- “Hizmet içi eğitimler ile personelin bilgi düzeyini artırmayı düşünüyoruz.”
- “Kurum olarak uzman bir kadro ile çalışıyoruz.”
- “Performans değerlendirme yöntemi sürekli gelişiyor. Hizmet içi eğitimlerimiz devam ediyor.”
- “Yabancı dil bilen personel sayısının artırmayı düşünüyoruz.”
- “Yabancı dil (Almanca-Arapça) bilen personel istihdam etmek istiyoruz.”
- “Sağlık turizmi için ihtiyaç olursa dil bilen çalışanlar alınabilir veya dil eğitimi verilebilir.”
- “Nitelikli eleman, maaş seviyesinin düşük olması nedeniyle gelmiyor. Biz iç eğitimler ile personel niteliğini artırmayı amaçlıyoruz.”

- “Genel merkezin kadro açma durumuna göre personel alımları gerçekleştiriyoruz. İçeride performans değerlendirme ölçümü gerçekleştiriyor buna göre eğitimler planlıyoruz.”
- “Yabancı dil bilen asistan sürekli arıyoruz. Eğer bu işi daha iyi yapmak istiyorsak meslek liseleri ya da meslek yüksek okulları ile de görüşmeliyiz. Onların da ihtiyaca cevap verecek nitelikte eleman yetiştirmesi için gerekirse birlikte müfredat planlaması yapmalıyız.”
- “İstihdam için kriterlerimiz var. Bunlar; ilgili bölüm mezunu olmak, alanına göre dil bilmesi. Hizmet içi eğitimleri sürekli aldırıyoruz. Ancak hem dil bilen ve hem de hekimlerimizi asiste edecek eleman bulmak mümkün olmuyor.”
- “Personel tecrübesi önem arz etmektedir. Personeli yeni almak yerine daha çok hizmetiçi eğitim yapılmaktadır.”
- “Kapasite artışına bağlı olarak gelişim planlanacaktır. Yeterli nitelikte insan kaynağı teknoloji ile sürekli gelişmektedir. Ancak bu açığı kapatacak ne bugün ne de gelecekte personel bulacağımızı düşünmemekteyiz. Elemanlar sektör içinde gelişme yoluna gitmekte bu da şirketler için zaman handikabı getirmekte rekabet edilebilirliğini azaltmaktadır.”



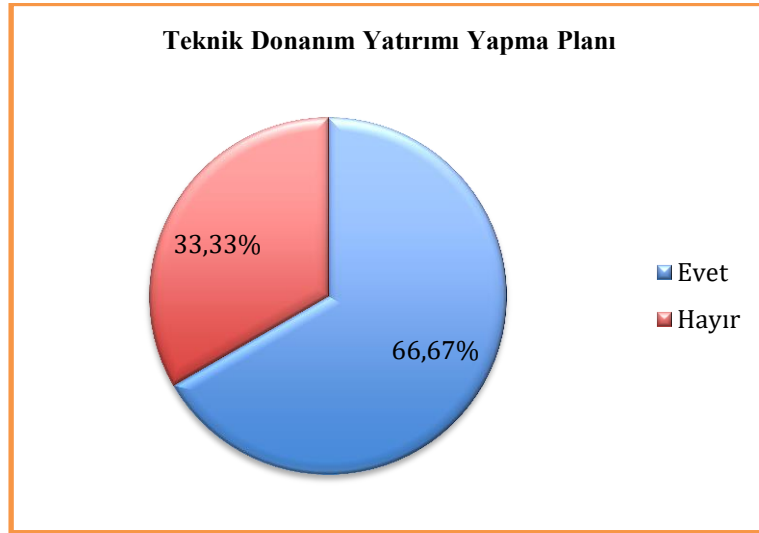
ŞEKİL 17. Anket Uygulanan Örneklemin Nitelikli Personel Sayısının Artmasına Yönelik Planlarının Olması Oranı

Araştırmaya katılan tüm kuruluşlar tarafından kurumlarına teknik yatırım yapma planları olup olmadığına dair sorulan soruya cevap vermiştir. Bu kuruluşların %67'si (16 kurum) teknik donanım için yatırım yapma motivasyonuna sahipken %33'ü (8 kurum) ise bu alanda yatırım yapmayı düşünmediklerini ifade etmiştir.

Yatırım yapma planı olan kurumlar aşağıdaki detayları paylaşmıştır:

- “Bağışçı arıyoruz. Her servis için çok çeşitli yatırım planlarımız var.”
- “Teknoloji yatırımı yapmak istiyoruz”
- “Teknik donanımımız yeterli dönemin gerisinde degiliz.”
- “Hedefler koyup bu hedefler doğrultusunda gerekli donanımı sağlıyoruz.”

- “Kurumumuzun cihazları yenilendi, ameliyathane teşrihi yapıldı, yatakları yenilendi, sterilizasyonu değişti, tomografi cihazı değişmiştir.”
- “Yatırım planı bütçe başlığında yıllık değerlendiriliyor. Hekimin talebi ve teknolojik gelişmelere göre düzenleniyor. Bu yıl tomografi ve endoskopi cihazı plan dahilinde yenilenecek.”
- “Ağız tarayıcısı alma planımız var. Şubelerimizde de teknik anlamda sürekli yatırım yapıyoruz.”
- “Tıp alanı sürekli ve hızlı gelişim göstermektedir. Gelişim ve talebe cevap verecek şekilde gelişim sağlamayı planlamaktayız.”
- “Devlet teşviklerinden faydalanıyoruz.”
- “Teknolojiyi yakından takip ediyoruz.”
- “Yatırımlar yapıldı. Genel Cerrahi ve ekstra ihtiyaçlar olduğunda mikrocerrahi alanında yatırım planı vardır. Kadın Doğum için de yatırım yapılmıştır.”
- “Daha çok tıbbi cihaz almak istiyoruz.”



ŞEKİL 18. Anket Uygulanan Örneklemin Teknik Yatırım Yapma Planlarına Sahip Olma Oranı

Araştırmaya katılan kurumlardan Göz Hastalıkları Tedavi Süresi sorusunu cevaplayan 12 kurumun tamamı tedavi için kurumlarına başvuran hastaların aynı gün hizmet aldığını belirtirken; göz tedavisi için yurt dışından hasta gelen ülkeler verilen cevapların frekansına göre Almanya, Hollanda ve Fransa olurken bu ülkeleri sırayla Irak, İran, Belçika, İngiltere, Rusya ve Danimarka izlemektedir.

Araştırmaya katılan kurumlardan Diş Hastalıkları Tedavi Süresi sorusunu cevaplayan 10 kurumun tamamı tedavi için kurumlarına başvuran hastaların aynı gün hizmet aldığını belirtirken; göz tedavisi için yurt dışından hasta gelen ülkeler verilen cevapların frekansına göre Almanya, Hollanda ve Fransa olurken sırayla Irak, Avustralya, Avusturya, Belçika, İran, Azerbaycan, Kanada, Finlandiya ve Filistin'dir.

Araştırmaya katılan kurumlardan Ortopedi ve Travmatoloji Tedavi Süresi sorusunu cevaplayan 11 kurumun tamamı tedavi için kurumlarına başvuran hastaların aynı gün hizmet aldığını belirtirken;

ortopedi ve travmatoloji tedavisi için yurt dışından hasta gelen ülkeler verilen cevapların frekansına göre Hollanda, Almanya, Fransa, Irak, İran, Danimarka ve Azerbaycan'dır.

Araştırmaya katılan kurumlardan Kadın Hastalıkları Tedavi Süresi sorusunu cevaplayan 11 kurumun tamamı tedavi için kurumlarına başvuran hastaların aynı gün hizmet aldığını belirtirken; kadın hastalıkları tedavisi için yurt dışından hasta gelen ülkeler verilen cevapların frekansına göre Hollanda, Irak, Almanya, İran, Fransa, Azerbaycan, Rusya, Danimarka, Cezayir ve Suudi Arabistan'dır.

Araştırmaya katılan kurumlardan Üroloji Tedavisi Süresi sorusunu cevaplayan 10 kurumun tamamı tedavi için kurumlarına başvuran hastaların aynı gün hizmet aldığını belirtirken; üroloji tedavisi için yurt dışından hasta gelen ülkeler verilen cevapların frekansına göre Hollanda, Almanya, İran, Irak, Fransa, Azerbaycan, Rusya ve Danimarka'dır.

Araştırmaya katılan kurumlardan Çocuk Hastalıkları Tedavisi Süresi sorusunu cevaplayan 11 kurumun tamamı tedavi için kurumlarına başvuran hastaların aynı gün hizmet aldığını belirtirken; çocuk hastalıkları tedavisi için yurt dışından hasta gelen ülkeler verilen cevapların frekansına göre Hollanda, Almanya, Irak, İran, Fransa, Rusya, Danimarka ve Suriye'dir.

Araştırmaya katılan kurumlardan Plastik, Rekonstrüktif ve Estetik Cerrahi Tedavisi Süresi sorusunu cevaplayan 7 kurumun tamamı kurumlarına tedavi için başvuran hastaların aynı gün hizmet aldığını belirtirken; Plastik, Rekonstrüktif ve Estetik Cerrahi tedavisi için yurt dışından hasta gelen ülkeler verilen cevapların frekansına göre Hollanda, Irak, İran, Almanya, Fransa, Azerbaycan, Rusya ve Danimarka'dır.

Araştırmaya katılan kurumlardan Kalp ve Damar Cerrahisi Tedavisi Süresi sorusunu cevaplayan 7 kurumun tamamı tedavi için kurumlarına başvuran hastaların aynı gün hizmet aldığını belirtirken; Kalp ve Damar Cerrahisi tedavisi için yurt dışından hasta gelen ülkeler verilen cevapların frekansına göre Hollanda, Almanya, Fransa, Irak, İran, Azerbaycan, Rusya ve Danimarka'dır.

Araştırmaya katılan kurumlardan Kardiyoloji Tedavisi Süresi sorusunu cevaplayan 10 kurumun tamamı tedavi için kurumlarına başvuran hastaların aynı gün hizmet aldığını belirtirken; Kardiyoloji tedavisi için yurt dışından hasta gelen ülkeler verilen cevapların frekansına göre Hollanda, Almanya, Irak, İran, Fransa, Azerbaycan, Rusya ve Danimarka'dır.

Araştırmaya katılan kurumlardan Onkoloji Tedavisi Süresi sorusunu cevaplayan 4 kurumun tamamı tedavi için kurumlarına başvuran hastaların aynı gün hizmet aldığını belirirken; Onkoloji tedavisi için yurt dışından hasta gelen ülkeler verilen şu şekildedir; Hollanda, Bahreyn, Umman, Irak, İran, Almanya, Fransa ve Azerbaycan'dır.

Araştırmaya katılan kurumlardan Genel Cerrahi Tedavisi Süresi sorusunu cevaplayan 10 kurumun tamamı tedavi için kurumlarına başvuran hastaların aynı gün hizmet aldığını belirtirken; Genel Cerrahi tedavisi için yurt dışından hasta gelen ülkeler verilen cevapların frekansına göre Hollanda, Fransa, Almanya, Irak, İran, Azerbaycan, Rusya ve Danimarka'dır.

Araştırmaya katılan kurumlardan Göğüs Hastalıkları Tedavisi Süresi sorusunu cevaplayan 9 kurumun tamamı tedavi için kurumlarına başvuran hastaların aynı gün hizmet aldığını belirtirken; Göğüs Hastalıkları tedavisi için yurt dışından hasta gelen ülkeler verilen cevapların frekansına göre Hollanda, Almanya, Irak, İran, Fransa, Azerbaycan, Rusya ve Danimarka'dır.

Araştırmaya katılan kurumlardan Gastroenteroloji Tedavisi Süresi sorusunu cevaplayan 9 kurumun tamamı tedavi için kurumlarına başvuran hastaların aynı gün hizmet aldığını belirtirken;

Gastroenteroloji tedavisi için yurt dışından hasta gelen ülkeler verilen cevapların frekansına göre Hollanda, Almanya, Irak, İran, Fransa, Azerbaycan, Rusya ve Danimarka'dır.

Araştırmaya katılan kurumlarda Check-up süresi sorusunu cevaplayan 9 kurum check-up için kurumlarına başvuran hastaların aynı gün hizmet aldığını belirtirken, bir kurum 1-3 gün arasında hizmet sunduğunu ifade etmiştir. Soruyu toplamda 10 kurum cevaplamıştır. Check-up için yurt dışından hasta gelen ülkeler verilen cevapların frekansına göre Hollanda, Almanya, Irak, İran, Fransa, Azerbaycan, Rusya, Suriye ve Danimarka'dır.

Araştırmaya katılan kurumlardan Fizik Tedavi ve Rehabilitasyon Süresi sorusunu cevaplayan 11 kurumun tamamı tedavi için kurumlarına başvuran hastaların aynı gün hizmet aldığını belirtirken; Fizik Tedavi ve Rehabilitasyon için yurt dışından hasta gelen ülkeler verilen cevapların frekansına göre Hollanda, Almanya, Irak, İran, Fransa, Azerbaycan, Rusya ve Danimarka'dır.

4. KAYSERİ'DE SAĞLIK TURİZMİNİN GELİŞTİRİLMESİ

Katılımcıların tamamı; Kayseri'de sağlık turizminin geliştirilmesi konusunda aynı fikirde olmakla birlikte öncelikli branşlar ve hedef ülkeler konusunda yakın görüşlere sahiptir.

Katılımcıların kendi kuruluşlarının sağlık turizminde öne çıkacağını düşündüğü branşlar verilen cevapların frekansına göre derlenmiştir:

- *Ağız ve Diş Hastalıkları Tedavisi – İmplant ve estetik kaplama özellikle belirtilen tedaviler*
- *Plastik Cerrahi*
- *Obezite Cerrahisi*
- *Cerrahi alanında ortopedi, beyin, kalp ve genel cerrahi branşları da belirtilmiştir.*
- *Göz Hastalıkları Tedavisi, Excimer Lazer Tedavisi*
- *Saç Ekimi*
- *Onkoloji*
- *Tüp Bebek Tedavisi*
- *Yaşlı Bakımı*
- *Fizik Tedavi*
- *Dermatoloji*
- *Kemik İliği Kanseri Tedavisi*

Kayseri genelinde sağlık turizminde geliştirilmesi gereken branşlar verilen cevapların frekanslarına göre derlenmiştir:

- *Plastik ve Estetik Cerrahi*
- *Ağız ve diş hastalıkları tedavisi – Çocuk diş tedavisi, protez, diş eti mikro cerrahisi, implant*
- *Obezite Cerrahisi*
- *İleri derecede uzmanlık gerektiren cerrahi bölümler –ortopedi, beyin, kalp, refraktif*
- *Tüp bebek tedavisi*
- *Saç ekimi*
- *Onkoloji*
- *Kök hücre nakli*

4.1. ORGAN NAKLİ

- *Üroloji*

- *Dermatoloji*
- *Transplantasyon*
- *Evde sağlık hizmeti*
- *Göz Tedavisi*

Sağlık turizmi için hedef ülkeler olarak anketi cevaplayanlar genellikle gurbetçilerin yoğun bir şekilde yaşadığı ülkeler ile birlikte Orta Doğu ülkelerini belirtmiştir. Buna ek olarak bazı ülkeler ve coğrafyalar öncelikli olsa da **tedavilerdeki başarılarla ses getirdiğinde** her ülkeden ve coğrafyadan hasta getirilebileceği de ayrıca belirtilmiştir.

- *Almanya*
- *Hollanda*
- *Fransa*
- *Belçika*
- *Avusturya*
- *Avrupa Ülkeleri*
- *Orta Doğu ülkeleri*
- *Türki Cumhuriyetler*
- *Balkan Ülkeleri*
- *Rusya*
- *İran*
- *Katar*
- *İngiltere*

Ankete katılan kişiler Kayseri'nin sağlık turizminde hedef ülkelerden hasta çekebilmek için gerekli alt yapısını – insan kaynağı, fiziki altyapı, hastane altyapısı, teknolojik imkanlar düşünülerek – değerlendirildiğinde cevaplar aşağıdaki şekilde derlenmiştir:

- *“Gerekli altyapı çalışmalarının varlığının olduğunu söylemekle beraber bu çalışmaların yeterli olmadığını düşünüyorum. Öncelikle şehrimizi turizme hazır hale getirmemiz gerekir. Örneğin; taksici esnafının ya da hizmet sektöründeki restoranların, otellerin personellerinin en az bir yabancı dil (temel dil olarak İngilizce) biliyor olmaları gerekli. Hastaların / turistlerin ülkemizde ve şehrimizde buldukları sürece iletişim kurmak için dil konusunda sıkıntı çekmeyecekleri algısını oluşturmamız.”*
- *“Ne kadar çok profesör unvanlı öğretim üyenizin ya da doktorunuzun olduğu çok önemli. Öncelikle bu kişileri ve çalışmalarının tanıtımını çok iyi yapmak gerekir. Ondan sonra hasta otomatik olarak bulacaktır bizleri.”*

- “Hizmet anlayışı yeterli değil. İmkân var ama gözünü çıkarmadan bırakmıyoruz.”
- “Tıbbi olarak altyapı olsa da şehrin özellikle hizmet sektörünün yeterli olmadığını düşünüyorum.”
- “İletişim ve eğitim eksikliği var. Örneğin; epikrizin İngilizce verilmesi gerekir. Hiç kimse bunu bilmiyor. Bunu yabancı hastaya nasıl anlatacağsın. Herkeste bu durum eksik.”
- “Tüm kurumların katılımıyla yurtdışında bir tani merkezi yatırımı yapılmalı, böylece ilimizde yapılan tedavilerin küçük aksaklıklarını giderebiliriz. Ayrıca organizasyonel eksikliklerimiz var. Bunların da giderilmesi lazım.”
- “Dış alanında altyapının yeterli olduğunu düşünmekteyim. Ancak ilimizde bu turizmi geliştirmeyi planlıyorsak havaalanımız çok yetersiz. Sayılı otel var.”
- “Teknolojik altyapı var. Nitelikli İnsan altyapısı yok. Kültür alışverişi yapacak kişi yok.”
- “Gidecek çok yolumuz var. Sağlık alanında biz kendi vatandaşlarımızı daha memnun edemezken Avrupalıları nasıl memnun edeceğiz?”

Kayseri’de sağlık turizminin geliştirilmesi için öncelik verilmesi gereken çalışmalar aşağıdaki şekilde derlenmiştir:

- “Sosyal medya çok iyi kullanılmalı, doktor tanıtımları yapılmalı.”
- “Reklam, tarihi ve turistik destinasyonların tanıtımı yapılmalı”.
- “Reklam, üst düzey tedavilerin il dışı tanıtımı yapılmalı.”
- “Yurtdışında reklam faaliyetleri gerçekleştirilmeli. Aracı kuruluşlar bu alanda daha aktif olmalı. Geliştirilmesi gereken alanlar için eğitimler verilmeli ve şehirdeki konaklama kapasitesi ile hizmet kalitesi artırılmalı.”
- “Yurt dışında faaliyet gösteren özel kuruluşlara Kayseri’de tanıtım yapma fırsatı verilmelidir. Almanya, Fransa ve Hollanda’da ofis açılması gerekmektedir.”
- “Etkin fuarlara katılım sağlanmalı. Şehrimize davet edeceğimiz satın alım heyetleri ile görüşmeler yapılmalıdır. Sadece sağlık turizmine yönelik olan reklamlar yurt dışında verilmelidir.”
- “Bilgilendirmenin çok eksik olduğunu düşünüyorum. Bilgilendirme ile işe başlanmalı. Yurt dışından gelen hastalarımız var. Onlara da hizmet veriyoruz. Sağlık turizmine önem vermeme rağmen bu güne kadar bizi sizden başka bu konu ile ilgili ziyaret eden olmadı. Bu işlerin içinde biz de olmak isteriz.”
- “Ülkelerde ofisler kurulup tanıtımların yapılması gerektiğine inanıyorum.”
- “Gurbetçilere nitelikli sağlık hizmet uygulanabilmelidir. Bu konu üzerine yoğunlaşılmalıdır.”
- “Kayseri’ye direkt uçuş olmalıdır. Hedeflenen bölgelerde Kayseri olarak irtibat ofisi açılıp hastaların yönlendirilmesi sağlanmalıdır.”

- “İnternet ve yabancı dil sorunu çözülmeli. Önce kurumlar bu alanda daha kurumsal olmak adına hareket etmeye başlamalı.”
- “Şehrimizde yaşayan bütün halkımızı başta yabancı dil eğitimi olacak şekilde turizm nedir, sağlık turizmi nedir, turistin sağlığı nedir konularında eğitmemiz gerekiyor.”
- “Organizasyon ve karşılama gibi konularda sistematik yaklaşımlar planlayacak ekipler yetiştirilmelidir.”
- “Lokasyon ve imaj çalışmaları üst seviyeye çıkarılmalı. Bu işte sağlıkçılar baş aktör olmalıdır.”
- “Acenta sayısı artmalıdır. Kurum ve kuruluşların birbiri ile entegre olarak çalışması sağlanmalı. Ayrıca ülkemizde bazı iller bu işi başarmış İstanbul, Antalya gibi... Amerika’yı tekrar keşfetmeye gerek yok. Onların nasıl başardığı sorgulanmalıdır.”
- Şehirde eğitim, turizm ve hizmet kültürü aşılanmalıdır.”

Kayseri'nin diğer illere göre sağlık turizmindeki avantajları verilen cevaplardan aşağıdaki şekilde derlenmiştir:

- “Ekonomik bir şehir olması”
- “Ulaşımının kolay olması. Şehirde büyük metropol kentlerde olduğu gibi trafik sorunu sorununun bulunmaması. Coğrafi olarak Türkiye'nin tam ortasında yer alıp doğu ve batı arasında geçiş hattında bulunması. Şehrin tarihi ve kültürel zenginliklere sahip olması; Erciyes dağı, Kapadokya gibi. Şehirde yerli ve yabancı turistlerin ilgisini çekebilecek doğal güzellikler bulunması.”
- “Ülkenin merkezinde bulunması. Şehrin köklü bir üniversiteye sahip olması ve tıbbi açıdan ciddi bir tecrübeye sahip olması”.
- “Şehirdeki kayak turizm imkanının bulunması. Kayseri çevresindeki illere göre alışveriş imkanları ve sanayi bakımından gelişmiş bir ildir.”
- “Alanında uzman donanımlı hekim kadrosu ve teknolojik donanıma sahip bir sağlık sektörüne sahip olması.”
- “Kentın sağlık tesisleri açısından yeterli kuruma ve girişimciye sahip olması.”
- “Sağlık teknolojisi, görüntüleme, tahlil, tetkik alanlarında Kayseri iyi bir konumdadır. Erciyes Üniversitesi'nin varlığının sektörü bilgi birikimi açısından sürekli güncellemektedir.”
- “Şehir bir avantaja sahip değil.”
- “Kayseri gelişmiş bir büyükşehir; altyapısı güçlü, alışveriş merkezleri var ancak hizmet altyapısı yok”.
- “Kayseri'nin tek avantajının turizm alanlarına olan yakınlığı olduğu söylenebilir. Hatta bu alanda bile bir çok sıkıntısı var. Örneğin ulaşımı aktarmalı.”
- “Şehir coğrafi avantaja ve fiyat avantajına sahip. Bununla birlikte yapılan onkolojik çalışmalar da önemli bir fırsat.”
- “Çok sayıda branşta hizmet veren tam teşekküllü sağlık kuruluşlarına sahip bir il.”

- “Kayseri’nin güvenli bir şehir olması önemli bir avantajdır.”

Kayseri’de sağlık turizminin geliştirilmesi çalışmaları sırasında karşılaşılabilecek sorunlar aşağıdaki şekilde derlenmiştir:

- “Kente yurt dışından direkt uçuş sayısının olmaması/çok az olması”
- “Özellikle İngilizce başta olmak üzere yabancı dil bilgisinin Avrupa ülkeleri standartlarının altında olması”
- “Rekabet etiğinin olmaması”
- “Şehrin dışarıda yapılan reklamının az olması”
- “Şehrin önemli noktalarının engelli ziyaretçiler için erişilebilir olmaması”
- “Herhangi bir sorun yoktur”
- “Nitelikli personel sayısının az olması”
- “Havaalanının fiziki koşullarının yetersiz olması”
- “Genel olarak profesyonel liderlik ve yönetim konusunda eksiklikler vardır.”
- “Sektörde kalifiye personel olmaması. Dil bilen personelin sektörde bulunmaması veya az sayıda olması. Şehre gelen turistlerle kültür farklılığı bulunması. Bu durumu ortadan kaldıracak çözüm yok ve maalesef oluşturulamıyor.”
- “Şehrin hizmet sektöründe yetersiz olması ve sağlık turizmde paydaşların zayıf olması”
- “Yabancı turist şehre geldiği zaman boş zamanlarını değerlendirebileceği eğlence mekanlarının bulunmaması”
- “Hastanelerin yetersiz olması”
- “İletişim konusunda yaşanan sıkıntılar, tercümanların profesyonel olmaması”
- “Şehirde sağlık turizmini destekleyecek sağlık dışı diğer sektörlerde yabancı dil personelin azlığı ve de şehre gelen turistlerin önemini kavrayamamaları”
- “Var olan zihniyetin problem olduğunu düşünüyorum.”
- “Altyapıdan tutunda insan ilişkilerine kadar her alanda sorun yaşanmaktadır.”

Sağlık turizminin geliştirilmesinde paydaş olabilecek kurumlar verilen cevapların frekansına göre aşağıdaki şekilde derlenmiştir:

- Büyükşehir Belediyesi
- İl Kültür Müdürlüğü
- İl Sağlık Müdürlüğü
- Turizm acentaları ve aracı kurumlar

- Valilik
- Sağlık Bakanlığı
- ORAN Kalkınma Ajansı
- Turizm Bakanlığı
- Ticaret Bakanlığı
- ASTUDER- Anadolu Sağlık Turizm Derneği
- İlgili sivil toplum kuruluşları
- Türk Hava Yolları
- Ticaret Odası
- Esnaf ve Sanatkarlar Odası
- Restoran İşletmecileri Odası
- Şoförler Odası
- Basın
- Özel Hastaneler
- Konaklama İşletmeleri
- Kayseri Şehir Hastanesi
- Üniversite Hastanesi
- Üniversite diğer birimleri ile de işin içerisinde olmalı: Ekonomi, İşletme, Sosyoloji, Psikoloji, Turizm
- Sağlık personeli

5. KAYSERİ'DE SAĞLIK SEKTÖRÜNÜN GZTF ANALİZİ

Proje süresince Kayseri'de sağlık turizmi alanında bulunan paydaşlar ile yaptığımız görüşmeler ile birlikte yoğun bir katılımı gerçekleştirdiğimiz GZTF analizi doğrultusunda oldukça kapsamlı bir çalışma ortaya çıkmıştır. Kayseri Sağlık Turizmi için üzerine çalışılması gereken noktaları çok net bir şekilde ortaya koyan bu çalışma hem Kayseri için büyük resmi ortaya koymamızı sağlayacak hem de alınacak aksiyonların belirlenmesinde yol gösterici olacaktır.

Kayseri'nin güçlü olduğu alanlar çok daha fazla ön plana çıkarılıp zayıf olduğu alanlarda gerekli iyileşme ve geliştirmeler yapılırsa sağlık turizmini ciddi ve potansiyeli olan bir sektör haline getirmek çok daha hızlı ve kolay olacaktır.

Dışsal faktörlere bağlı olan fırsatlar takip edilip güçlü yönler ile birlikte kullanıldığında şehirdeki sağlık turizmi faaliyetleri ciddi bir ivme kazanacaktır. Fırsatları doğru tespit edebilmek için sektördeki profesyonellerin sürekli tetikte olması ve bölgedeki gelişmeleri düzenli bir şekilde takip etmeleri gerekmektedir. Fırsatları değerlendirebilmek için hızlı aksiyon alabilmek de önemli bir faktördür. Tehditler yine dışsal faktörlere bağlı olan ve de fırsatlar gibi sürekli takip edilmesi gereken gelişmelerdir. Tehditlere karşı gerekli önlemleri almak ise sektörde büyümek isteyen kurumlar için elzemdir.

5.1. GÜÇLÜ YÖNLER

1. Erciyes Üniversitesi Türkiye'de bulunan 10 araştırma üniversitesinden birisidir.
2. Türkiye'de bulunan 10 şehir hastanesinden biri (Mayıs 2020 itibari ile) Kayseri'de bulunmaktadır. Bununla birlikte Kayseri Şehir Hastanesi Türkiye'de bulunan ikinci büyük şehir hastanesidir.
3. Türkiye'de bulunan 3 kemik iliği ve kök hücre nakil merkezinden birisi Erciyes Üniversitesi'nde bulunmaktadır. Pediatrik vakalarda bu işlemleri gerçekleştiren tek merkez ise yine Erciyes Üniversitesi'nde bulunmaktadır. Nakil merkezi JCI akreditasyon belgesine sahiptir.
4. Kayseri'de faaliyet gösteren hastaneler kalite yönetim belgelerine sahiptir. (Yapılan sağlık ve kalite değerlendirmesinde; Erciyes Üniversitesi, Kayseri Şehir Hastanesi ve 13 özel hastanenin 8'i, 85 puanın üstünde bir puan alarak verdiği hizmetin kalitesini ispatlamıştır)
5. Şehirdeki hasta yatak kapasitesi oldukça fazladır. (4338).
6. Şehirdeki hasta odalarının %60'ı tek kişilik olmakla birlikte odaların standardı yüksektir. Şehirde 818 yoğun bakım yatağı mevcuttur.
7. Şehirde faaliyet gösteren hastanelerin teknolojik kapasitesi çok yüksek olup, sağlık kuruluşları yeni gelişmeleri de yakından takip etmektedirler.
8. Kayseri coğrafi açıdan ülkenin neredeyse tam ortasında bulunup kara ve havayollarıyla kolaylıkla erişilebilir bir şehirdir. Bununla birlikte havaalanı şehir merkezine oldukça yakın olup şehir merkezine son derece hızlı bir şekilde ulaşılabilir. İlin jeopolitik konumu önemli bir faktördür.
9. Sağlık hizmetleri özellikle büyükşehirler ile karşılaştırıldığında uygun bir hizmet bedeli ile sunulmaktadır. Verilen hizmetin kalitesi yüksek olup göreceli olarak hizmet bedelinin daha düşük olması şehir için bir avantajdır.

10. Belirli branşlarda başarı oranını yüksektir: obezite cerrahisi, ağız ve diş tedavisi, ortopedi, onkoloji cerrahisi, IVF, kalp damar cerrahisi gibi.
11. Şehirde laboratuvar imkanları gelişmiştir; Türkiye’de bulunan 4 doğrulama laboratuvarından biri Kayseri’de bulunmaktadır.
12. Şehirde sağlık hizmeti alabilmek için sağlık kuruluşlarına ve sağlık personeline erişim kolay olup tanı ve tedavi için bekleme süresi kısadır.
13. Şehirde bulunan kamu kurumları ile sivil toplum kuruluşları uyumlu bir şekilde çalışabilmektedir. Sektör için bütün paydaşların işbirliği yapılabilmesi oldukça önemli bir olgudur.
14. Şehirde sağlık turizmi hastalarına öncelik verilmektedir.
15. Kayseri eskiden beri ticari faaliyetler konusunda oldukça başarılı ve çok sayıda müteşebbis yaratmış bir şehirdir. Sağlık turizmi için de ciddi bir potansiyel yaratılması ve bunun önemli bir sektör haline gelmesi bu şehir tarafından gerçekleştirilebilir.
16. Şehir konaklama alternatifleri açısından değerlendirildiğinde farklı hasta segmentlerine hitap edecek otel çeşitliliğine sahip olup bu çeşitlilik konaklama fiyatlarına da yansımıştır.
17. Sağlık turizmi için şehre gelen hastalara sağlık kurumları havaalanından transfer hizmeti sunmaktadır.
18. Sağlık kurumlarının uyguladığı hasta memnuniyet anketlerinde sonuçlar tatmin edici şekilde yüksektir.
19. Kayseri’de sağlık turizmi alanında faaliyet gösteren bir sivil toplum kuruluşunun varlığı şehir için önemli bir avantajdır.
20. Kayseri’de 5 yıldızlı marka otel zincirleri bulunmaktadır.
21. Erciyes’te gerçekleştirilen kısa süreli konaklama ve antrenmanların sağlığa olumlu etkisinin olduğu bir araştırma ile kanıtlanmıştır.
22. Şehrin genel anlamda daha uygun fiyatlı hizmet ve ürünleri turistlere sunabilmesi ve bu anlamda çeşitliliğe sahip olması önemli bir avantajdır.
23. Kayseri’de trafik probleminin olmaması şehir için olumlu bir kriterdir.
24. Kayseri’nin tarihi ve kültürel mirasa sahip olması şehre gelen turistler için oldukça cezbedicidir. Bu imkanların etkili bir şekilde tanıtılması çok önemlidir.
25. Bu coğrafyanın en eski sağlık kuruluşlarından birisi olan Gevher Nesibe Darüşşifası ve Tıp Medresesi 1205 yılında Kayseri’de kurulmuştur. Hiç şüphesiz ki bunun, sağlık turizminin tanıtım faaliyetlerinde çok kıymetli bir yeri vardır.

5.2. ZAYIF YÖNLER

1. Sağlık kuruluşlarının çok büyük bir kısmında (bu oran %96 civarındadır) iyi derecede yabancı dil bilen personel olmakla birlikte yabancı dil bilen personel sayısının az olduğu sektördeki hemen

hemen tüm paydaşlar ve katılımcılar tarafından belirtilmiştir. İyi derecede yabancı dil bilen sağlık çalışanı sayısının artması ciddi bir ihtiyaçtır.

2. Sağlık turizmi alanında faaliyet gösteren aracı kurumlar ile sağlık hizmeti veren kurumlar arasında iletişim ve koordineli çalışma konusunda eksiklik bulunmaktadır.
3. Yurt dışında yapılan sağlık turizmi tanıtım faaliyetleri kapasitesi çok daha fazla sayıda sağlık turistini ağırlayabilecek Kayseri için yetersizdir.
4. Sektörde faaliyet gösteren acentaların sağlık turizmi alanda yeni olması ve bu konuda yeterli deneyime sahip olmaması dezavantajdır.
5. Şehirde yeme içme ve eğlence mekanları anlamında çeşitlilik bulunmalı, farklı kültürlerden gelen yabancı misafirlere hitap edebilecek işletmeler faaliyet göstermelidir.
6. Sağlık kuruluşlarının büyük bir kısmının finansal olarak güçlü bir pozisyonda değildir ve yapılan yatırımlar bu nedenle eksik olabilmektedir.
7. Hızlı tren maalesef şehirden geçmemektedir.
8. Kayseri'nin ve yakın çevresindeki turistik bölgelerin (Erciyes gibi) dünyada bilinirliği azdır. Bunlar için gerçekleştirilen tanıtım faaliyetleri daha fazla olabilir.
9. Yurtdışından tarifeli uçak seferleri az sayıdadır.
10. Kayseri havaalanının fiziki olarak yetersiz durumdadır. Havaalanı içinde bulunan bekleme alanlarının az, mevcut cafe yetersiz, tuvaletler küçük ve çoğu zaman pis durumdadır.
11. Kayseri'nin otel yatak kapasitesinin yetersiz olduğu belirtilmiş yoğun turist ziyareti yaşandığı zaman sıkıntı yaşanabileceği belirtilmiştir.
12. Sağlık turizminin hukuksal boyutu düşünüldüğünde bu konudaki mevzuata hakim olunmadığı ve sağlık turizmi alanında çalışan hukukçuların sayıca az olduğu ifade edilmiştir.
13. Yurtdışındaki hedef hasta grubuna zor ulaşıldığı, hedef pazarın iyi tanınmadığı ve pazar araştırmasındaki eksiklik zayıf yön olarak ortaya çıkmıştır.
14. Sektörde faaliyet gösteren yetkili aracı kurum sayısı azdır.
15. Devletin sağlık turizmine verdiği desteklerin çok fazla bilinmemekte veya bilinse de az sayıda kurumun bu destekler için başvuru yapması sağlık kuruluşlarının zayıf yönüdür.
16. Sağlık hizmeti veren kurumların işbirliği yapamaması (kümelenme) hem işbirliğinin ortaya çıkaracağı güç birliğini engellemekte hem de yararlanabilecekleri devlet desteklerinden yararlanamamalarına sebep olmaktadır.
17. Kayseri'deki tatil turizminin zayıf olması şehrin yabancı turistlere alışık olmamasını beraberinde getirirken turistin az olması aynı zamanda şehrin bir sağlık turizmi destinasyonu olarak görülmesini de engellemektedir.
18. Sağlık kongrelerinin, uluslararası toplantıların ve fuarların şehirde az sayıda gerçekleşmesi veya hiç gerçekleşmemesi dezavantaj yaratan bir durumdur. İlaç şirketleri gibi sağlık alanında faaliyet

gösteren kurumlar Kayseri’de daha fazla organizasyon düzenlerse şehrin bilinirliğine ciddi katkı sağlayacaktır.

19. Kayseri’nin farklı ülkelerden gelen turiste yeterince hazır olmadığı, şehirdeki tabelaların İngilizce olması, Tourism Information Office’in daha efektif çalışması, toplu taşımanın turistlere de hizmet verebilir durumda olması şehrin turist dostu bir kent olması için önemli adımlar olarak belirtilmiştir.
20. Sağlık turistlerinin ilgilendiği ve rağbet gösterdiği bazı operasyonların (cinsiyet değiştirme, resmi olarak evli olmasa bile hayat arkadaşı ile tüp bebek sahibi olma gibi) mevzuat nedeni ile Türkiye’de gerçekleştirilememesi güçlü olunmayan bir yöndür.
21. Bazı ülkelere yapılan vize başvuruları zor ve zahmetli bir süreçtir. Bununla birlikte uzun tedavi sürelerinde vize sürelerinin zaman zaman sıkıntı olduğu belirtilmiştir.
22. Kayseri’de uluslararası akreditasyona sahip sağlık kuruluşu sayısı azdır.
23. Yerel olarak sağlık turizmi bilinci henüz yeterince gelişmemiştir.
24. Kayseri’de bulunan sağlık kuruluşları ve otellerin sağlık turizmi konusunda işbirliği yapmaması zayıf halkalardan biridir. Sağlık kuruluşları sağlık turizmine yönelik sunduğu hizmetleri tanıtım broşürü olarak bastırabilir ve de otellerde bunların ziyaretçilere verilmesi sağlanabilir.
25. Kurumların web sitelerinin yabancı dilde hazırlansa bile yeterince detaylı değildir. Siteler aynı zamanda düzenli olarak güncellenmelidir.
26. Eğitim kurumlarının pazarın ihtiyacına göre çalışan yetiştirme konusunda yeterince iyi olmaması sağlık kuruluşları için bir dezavantajdır.
27. Sektörde çalışan kalifiye insan kaynağı maalesef sık iş değiştirmektedir.

5.3. FIRSATLAR

1. Devletin ve ilgili kamu kurumlarının sağlık turizmini potansiyel bir sektör olarak görmesi, bu alana yaptığı yatırım ve de sağlık turizmi yapan sağlık kuruluşlarına verdiği maddi destekler sağlık turizminin geliştirilmesi için önemli bir fırsattır.
2. USHAŞ’ın faaliyete geçip aktif olarak çalışmalarını başlatması ile birlikte kamu ve özel sağlık kuruluşları için büyük bir hasta potansiyeli yaratılacak olup, USHAŞ’ın gerçekleştireceği tanıtım faaliyetleri tüm sağlık turizmi için önemli bir fırsat yaratacaktır.
3. Türk diasporası da denilen Avrupa’da ikamet eden gurbetçilerin özellikle yaz aylarında sağlık turizmini ciddi şekilde etkileyecek bir potansiyeli bulunmaktadır. Gurbetçilerin daha çok İç Anadolu ‘da bulunan illerden göç ettiği gerçeği göz önünde bulundurularak onlara sunulan sağlık hizmetinin yüksek olması kendi ülkelerinde Kayseri için olumlu referans vermelerini sağlayacaktır. Gurbetçileri fahri tanıtım elçisi olarak görüp onlara yatırım yapmak ve buldukları yerlerde tanıtım faaliyetlerini artırmak önemli bir konudur.
4. Dış tedavisinin Avrupa’da sigorta kapsamında olmaması ve uzun bekleme süreleri nedeni ile Türkiye’de gerçekleştirilen dış tedavileri sağlık turistleri için cazip bir hizmettir.

5. Upass'ın iptal edilmesi ile birlikte ülkemizde sağlık hizmeti alan gurbetçiler ücretlerini ödeyerek hizmet alabileceklerdir.
6. Kayseri'nin çevresinde bulunan yerleşim yerlerinin hem turizm hem de termal turizm açısından belirli bir potansiyele sahip olması önemli bir fırsattır; Kapadokya, Kırşehir, Kozaklı vb.
7. Kente gelecek sağlık turistleri için sağlık hizmeti dışında hem Kayseri şehir merkezini hem de çevredeki turistik fırsatları değerlendirebileceği kompakt bir paket hazırlanıp hem daha güzel vakit geçirmesi sağlanabilir hem de daha fazla para harcayarak kentin gelir elde etmesi sağlanabilir.
8. Kayseri gastro turizminin geliştirilmesi, yerel mutfağın öne çıkarılıp şehirdeki yeme içme mekanlarında tadılabilmesi şehre gelen turistler için önemli bir aktivitedir. Gastro Turizm sağlık turizmi için tamamlayıcı bir etkinlik olarak görülebilir.
9. Kayseri'de bulunan üniversitelerde eğitim gören yabancı öğrencilerin ileride ülkelerine döndüğünde şehir ve bölge için fahri tanıtım elçisi olarak görev yapma potansiyeli bulunmaktadır. Bu öğrencilerin Kayseri'de bulunduğu dönemde olumlu bir deneyim yaşamasının önemli olmasının yanı sıra mezun olduktan sonra onlarla irtibatın koparılmaması iletişimin sürmesi önemlidir.
10. Dünya nüfusunun geneline yaş dağılımı olarak baktığımızda yaşlı hasta turizmi potansiyeli yüksektir.
11. Bakanlık çıkardığı yönetmelik ile geleneksel tamamlayıcı tıp faaliyetlerini yasal statüye almıştır. Bazı sağlık turistleri için bu tedaviler denenmesi gereken kendi ülkelerinde bulunmayan hizmetlerdir.

5.4. TEHDİTLER

1. Akreditasyona sahip olmayan turizm acentalarının gayri resmi olarak sağlık turizmi yapması yaşanacak olumsuz durumlarda ciddi bir itibar kaybı getirir.
2. İl sağlık müdürlüğünden alınması zorunlu olan yetki belgesine sahip olmayan kişi ve kurumların sağlık turizmi yapması tıpkı acentalarda olduğu gibi yaşanabilecek olumsuz durumlarda itibar kaybına yol açacaktır.
3. Sağlık turizmi yapan bazı hastanelerin turizm acentaları ile çalışmayı tercih etmemesi bir tehdit unsurudur. Bu kurumlar arasında işbirliği olmaması sektörün daha fazla büyümesinin önünde bir engel olabilir.
4. Kayseri'nin çevre illerdeki hastalara da hizmet veren bir sağlık sektörüne sahip olmasından dolayı sağlık turistinden gelecek gelire ihtiyaç duymayan bazı sağlık kuruluşlarına sahiptir.
5. Sektörde standart bir fiyat politikasının olmaması serbest piyasa ekonomisinin bir getirisi olmakla birlikte kimi zaman olması gereken standart ücret aralıklarının dışında talep edilen rakamlar haksız rekabete yol açıp piyasanın dengesini de bozmaktadır.
6. Sağlık turizmi teknolojik ve tıbbi gelişmelerin düzenli olarak takip edilmesi gereken bir alandır. Rekabet halinde olunan diğer ülkelerin sürekli sağlık alanında yatırım yapması kurumların kendini sürekli iyileştirme ve geliştirmesini zorunlu kılmaktadır.
7. Sektörde marka olan hastane zincirleri ile orta ölçekli yerel hastanelerin özellikle bilinirlik açısından rekabet edememesi bir tehdit olarak algılanmaktadır.

8. Çevre ülkelerde yaşanan siyasi istikrarsızlık Türkiye için farklı alanlarda olduğu gibi sağlık turizmi için de bir tehdittir.
9. Sağlık turizmi ile ilgili mevzuatın henüz tam olgunlaşmamış ve son haline gelmemiş olması ile birlikte mevzuatta hala güncellenecek kısımlar olması. Bununla birlikte konuyla ilgili bürokrasinin yavaş ilerlemesi de önemli bir konudur.
10. Özellikle büyükşehirlerde illegal bir şekilde hiçbir yasal ve hukuki statüsü olmayan sağlık simsarları sektör için ciddi bir tehdittir.

6. KAYSERİ SAĞLIK TURİZMİ HEDEFLENEN SAĞLIK TURİSTİ SAYISI

Kayseri İl Sağlık Müdürlüğü verilerine göre 2019 yıl sonunda Kayseri'deki sağlık kurumlarından 3997 yabancı ülkeden gelen (sağlık turisti ve turistin sağlığı toplam) kişi hizmet almıştır. Bu kişilerin 847'si (%21,1)'i sağlık turisti, 3150 kişi (% 78,8) 'i ise turistin sağlığı kapsamında sağlık hizmetinden faydalanmışlardır.

Saturk'un Tüm Yönleriyle Sağlık Turizmi - Azerbaycan Raporu'nda (2016) 'Yabancı hastalar Türkiye'de en fazla İstanbul, Kayseri, Adana, Gaziantep, Ankara, Antalya ve İzmir'i tercih etmektedirler.' olarak belirtilmekte ve Kayseri'nin yerinin önemi gösterilmektedir.

İl / Bölge / Ülke / Dünya'da mücbir durum ve /veya doğal afet olmaması halinde; hedeflenen sağlık turisti sayısı;

Kısa vade (2022 sonu) için; hedeflenen sağlık turisti sayısı 2019 senesinin beş katı yaklaşık 4300 kişi,

Orta vade (2025) sonu sonunda senesinde ise en az 10 katı (8470) kişi,

Uzun vadede (2030 sonu) ise 15 katına ulaşarak 12700 kişidir. 2030 senesinde ayda 1000 kişilik sağlık turisti hedeflemek mümkündür. 2018 senesinde sağlık turizmi ve turistin sağlığı kapsamında ülkemizde 551.748 hasta sağlık hizmeti aldığı USHAŞ tarafından paylaşılmıştır. Bu bilgiye dayanarak Kayseri için kısa, orta ve uzun vade için hedeflenen kişi sayısı ulaşılabilir hedeflerdir. Sağlık turizminde ülkemizin 2023 hedefi ise; 1,5 milyon sağlık turisti ve 10 milyar dolar sağlık turizmi gelirine ulaşmaktır ve Kayseri Sağlık Turizmi alanında hedeflediği kişi sayısı ile Türkiye Cumhuriyeti 2023 hedeflerinde üzerine düşen görevi yerine getirecektir.

Erciyes A.Ş. ile yapılan görüşmede; Erciyes'te kış turizmini hareketlendirmek ve kış sporları ile ilgilenen turistleri yönlendirmek için; 3 sene önce başlatılan charter uçaklarda öncelikle 1 ülke ile anlaşılması; 3. sene sonunda ise 3 ülkeden haftada 4-5 charter uçak inişi ile yaklaşık 600, ayda 2400 yabancı turisti ilimize getirildiği belirtilmiştir. Sağlık Turisti sayısı için konulan hedef sayı Erciyes A.Ş. örneğinden yola çıkılarak ulaşılabilir olduğu şüphesizdir.

TABLO 5. Kayseri İli Yıllara Göre Sağlık Turizmi Hasta Dağılımı

KURUM TÜRÜ	2015	2016	2017	2018	2019
ÖZEL	3.996	1.943	1.661	2.775	3282
KAMU	321	406	837	767	715
TOPLAM	4.317	2.349	2.498	3.542	3997

Sağlık İl Müdürlüğü'nden elde edilen verilere göre; 2015'te 4317 olan sağlık turisti sayısı 2016 senesinde % 46 düşerek 2349 olmuştur. Ardından 2017 senesinde % 6'lık bir artış ile 2498, 2018 senesinde 2016'ya göre % 50 artış ile 3542 kişiye ulaşılmıştır. 15 Temmuz 2016 akşamı yaşanan darbe girişiminin sonrasında; ülkemiz genelinde de turist sayısı % 30 oranında azalarak 41 Milyon turistten 30 Milyon turiste düşmüştür. İlimizde de sağlık hizmeti alanların sayısındaki düşüşü darbe girişimine bağlamak mümkündür.

Dünya genelinde; sağlık turizmi alanında 2005 yılında 20 milyar dolar hacimle 19 milyon kişi tarafından tıbbi tedavi amaçlı seyahatler yapılmıştır. 2018 yılının sonu itibarıyla bu rakam 30 milyon insanın bu kapsamda seyahatler düzenlediği belirtilmektedir (Sağlık Bakanlığı, 2018). Dolayısıyla; sadece bu rakamlar bile insan trafiğinin bu denli yoğun olan bir sektörün önemli olduğunu göstermekte ve boyutunu gözler önüne sermektedir. Ülkemiz için en büyük pazar niteliğindeki Avrupa vatandaşlarının gerçekleştirdikleri tıp turizmi amaçlı seyahatleri son 5 yılda %24 oranında artmıştır (IPK International, 2012-2013).

Avrupa Parlamentosu'nun 2017'de yayınladığı rapora istinaden; Avrupa Birliği üyesi 28 ülkenin 47 milyar euro sağlık turizmi geliri olduğu bu rakamın ülkelerin toplam turizm gelirinin 4.6%'sına denk geldiği gerçeği göz önünde bulundurulmalı ve Avrupa'da sağlık turizminin ise her sene 2% büyüyeceğinin öngörüldüğü unutulmamalıdır. Türkiye için en büyük pazarlardan birisi olan Avrupa'nın sağlık turizmindeki bu büyüklüğü bir fırsat olduğu unutulmamalıdır (European Parliament, Directorate – Genel for International Policies, 2017).

Türkiye'de 2013– 2016 yılları arasında medikal turizm kapsamında turist başı ortalama harcama 2142,4 dolar iken, diğer kategorilerde turist başı ortalama harcamanın 796,6 dolar olarak gerçekleştiği tespit edilmiştir (TÜİK, Turizm İstatistikleri, 2016).

Kayseri'den sağlık hizmeti alan bütün yabancı hastaların aldıkları hizmetler yoğunluğuna göre sırasıyla;

1. Diş: 448 kiş
2. Acil: 404 kişi
3. Göz hastalıkları: 371 kişi
4. Dâhiliye: 344 kişi
5. Ortopedi ve Kadın Doğum: 261'şer kişidir.

Acil tedavi hizmeti alanlar hariç diğer bütün branşların içerisinde sağlık turistinin olduğunu söylemek doğrudur. Sağlık turisti özelinde baktığımızda ise bu sıralama değişmektedir:

1. Hematoloji: 165 kişi; % 20
2. Çocuk Sağlığı ve Hastalıkları: 94 kişi; % 11
3. Kadın Doğum: 63 kişi; % 7
4. Ortopedi: 48 kişi; % 5,6
5. Diş - Dahiliye: 47 - 45 kişi; % 5,5 + % 5,5

Sağlık turizminde özellikle; hematoloji, kadın doğum, ortopedi, dahiliye ve diş branşları ön plana çıkarılabilir. Çocuk Sağlığı ve Hastalıkları branşına gelen hastaların; ebeveynleri tedavi amaçlı gelen çocuklar olabileceği ihtimali yüksektir. Ayrıca alt kırılımlarına bakıldığında Çocuk sağlığı ve hastalıklarında; 28 çocuğun ilik nakli alanında tedavi görmek amacıyla geldiği belirlenmiş ki bu da tedavi olan toplam çocuk sayısının %29'unu teşkil etmektedir.

TABLO 6. Kayseri İli Sağlık Turizmi Kapsamında Verilen Hizmetin Tanılarına Göre Dağılımı, 2019 Yıl Sonu Verileri

Hizmet Alınan Bölüm	Turistin Sağlığı	Sağlık Turizmi	Hasta Sayısı
Kardiyoloji	131	26	157
Diş	401	47	448
Acil	404	0	404
Kadın Doğum	198	63	261
Kalp ve Damar Cerrahisi	15	4	19
Göz Hastalıkları	345	26	371
Çocuk Sağlığı Ve Hastalıkları	130	94	224
Dâhiliye	299	35	334
KBB	165	25	190
Göğüs Hastalıkları ve Cerrahisi	37	10	47
Genel Cerrahi	82	102	184
Beyin Cerrahi	90	31	121
Fizik Tedavi ve Rehabilitasyon	92	16	108

Deri ve Zührevi Hastalıklar	143	25	168
Endokrinoloji ve Metabolizma Hastalıkları	2	22	24
Gastroenteroloji ve Cerrahisi	26	7	33
Nöroloji	88	15	103
Üroloji	112	25	137
Ruh ve Sinir Hastalıkları	84	6	90
Radyoloji	20	3	23
Plastik Rekonstrüktif Cerrahi	31	22	53
Ortopedi	213	48	261
Hematoloji	11	165	176
Diğer	113	122	235
Toplam	3150	847	3997

Yukarıdaki tablo detaylı incelendiğinde;

Dişe gelen toplam yabancı hasta sayısı; 448 iken sağlık turisti sayısı bunun % 10 kadar 47 kişi iken kalan 401 turistin sağlığı altında hizmet alanların; 4'ü diş beyazlatma, 5'i kanal tedavisi, 22'si diş eksikliği ve en önemlisi 72'si ise implant tedavisi hizmeti almışlardır ve bu sayıların toplamı 103 kişi olup turistin sağlığının % 25'ini oluşturmaktadır.

Kadın doğuma gelen yabancı hasta sayısı 261 iken sağlık turisti sayısı bunun % 24'ü 63 kişi,

Turistin sağlığı alanında 198 kişinin 25'si menstrüasyon problemi ve düzensiz menstrüasyon, 6'sı kısırlık tedavi almış olup turistin sağlığının % 15'ine denk gelmektedir.

Göz hastalıklarına gelen yabancı hasta sayısı 371 iken sağlık turisti sayısı bunun % 7'si 26 kişidir. Turistin sağlığı alanında olan 345 kişinin % 43,2'sini oluşturan 147 kişinin 23'ü katarakt, 124'ü göz bozukluğu için sağlık hizmeti almıştır.

Dahiliyeye gelen yabancı hasta sayısı 344 iken sağlık turisti sayısı bunun % 13'ü 45 kişidir. 16 kişi tansiyon, 44 kişi şeker hastalığı, 12 kişi vitamin eksikliği ve 8 kişi demir eksikliği sebebiyle sağlık hizmeti almış, turistin sağlığı alanında yer alan 299 kişinin % 27' sini oluşturmaktadır.

Beyin cerrahisi bölümüne gelen yabancı hasta sayısı 121 iken sağlık turisti bunun % 25'i 31 kişi, turistin sağlığı alanında hizmet alan 90 kişinin % 44'ü omurga bozuklukları sebebiyle sağlık kurumlarımıza başvurmuşlardır.

Genel Cerrahide ise; toplam hasta sayısı 184 kişi olup bunun %55,5'i 102 kişi sağlık turistidir. 102 kişinin % 60'ını oluşturan 62 kişi obezite tedavisi için ilimizi tercih etmiştir. Turistin sağlığını oluşturan 82 kişinin ise 10'u yani %12,2'si obezite tedavisi hizmeti almışlardır.

Sağlık turizminde 22 hastası olan Plastik Rekonstrüktif Cerrahide ise turistin sağlığı alanında 31 kişi bulunmaktadır ve onların aldıkları sağlık hizmetleri ise; 6 kişi burun ile ilgili sorun, 5 kişi meme küçültme ve büyütme, doğuştan gelen yarık damak tedavisi 1 kişi, yanık tedavisi 1 ve göz kapağı işlemi 1 kişidir. 31 turistin sağlığı hizmeti alıcısının % 45'i aslında acil olmayan ve bir tatil sırasında ihtiyaç duyulmayan sağlık hizmeti almıştır.

Anadilde sorunların aktarılmasının çok daha önem arz ettiği Ruh ve sinir hastalıklarında ise yabancı hasta sayısı 84 iken sağlık turisti sayısı % 7 yalnızca 6 kişidir. Bu alanda da yabancı hastaların büyük çoğunluğunun gurbetçilerden oluştuğunu söylemek yanlış olmayacaktır.

Yukarıda alt kırılımlarını incelediğimiz branşların belirtilen alt kırılımları bir seyahat sırasında karşılaşılabilecek rahatsızlıklardan ziyade aslında daha önceden başlayan rahatsızlıklar olsa da ilimizdeki sağlık kurumlarının tercih edildiğini belirtmek doğru olacaktır.

Sağlık İl Müdürlüğü tarafından oluşturulan verilerde, sağlık hizmeti almak amacıyla seyahat eden kişiler sağlık turisti olarak değerlendirilmektedir ki yönetmelikte de belirtilen ve doğru olan bu yaklaşımdır. Bu bilgiye ilave olarak yukarıdaki belirtilen rakamlar da incelendiğinde; gurbetçi vatandaşların yaşadıkları ülkede tedavi edilmekten ziyade vatanlarına, sahip oldukları rahatsızlıkların; Kayseri ve / veya civarına geldiklerinde ihtiyaç duydukları tedaviyi almak için Kayseri'deki sağlık kurumlarını tercih etmeleri ve böylece sağlık turisti değil turistin sağlığı olarak kayıt edilmeleri bilgisi gözden kaçırılmamalıdır. Şu anda elimizdeki veriler ışığında; ilimizi sağlık hizmeti almak için tercih edenlerin sayısının; turistin sağlığı alanında yukarıdaki bilgilere dayanarak % 20'lik bir kesimin tercih ettiği öngörüsünde bulunmak uygun olacaktır.

7. KAYSERİ SAĞLIK TURİZMİ VE HEDEF ÜLKELER

Eylem Planı kapsamında Kayseri Sağlık Turizm Sektöründe faaliyet gösteren kurumlar için hedef ülkeler belirlenirken;

- USHAŞ verileri ve SATURK raporları,
- İl Sağlık Müdürlüğü ile gerçekleştirilen toplantılar ve görüşleri,
- İl Sağlık Müdürlüğü 2015 – 2016 – 2017 – 2018 - 2019 senesi verileri,
- İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü 2017 – 2018 ve 2019 senesi verileri,
- Rapor hazırlarken kaynak olarak kullanılan akademik makalelerdeki bilgiler,
- Mevcut durum analizi dikkate alınmıştır.

Hedef ülkeler belirlenirken; USHAŞ verileri, SATURK raporları, başarılı ülkeler ve uygulamaları hakkında yayınlanmış bilimsel makaleler incelendiğinde 4 saatlik uçuş mesafesine uzaklığında olan ülkeler hedeflendiği belirtilmiştir. Seçilecek ülkelerin öncelikle 4 saatlik uçuş mesafesinde bulunması tedavi olan sağlık turistinin sağlığı açısından önemlidir.

Bir diğer önemli nokta; hastanın anadilde iletişim kurabilme isteğidir. Birçok çalışma; tedavi olacak hastanın; öncelikle bir tercümandan ziyade direkt kendisinin iletişim kurmak istediğini; doktora ve kuruma olan güven açısından da anadilde iletişimin önemli olduğunu vurgulamaktadır. H.Ö. Tontuş (2018) yaptığı çalışmada; SATURK için hazırladığı raporda sağlık turizminde hastanın ülke tercihinde; teknoloji, kalite, sertifikasyon, akreditasyon, gelişmiş ülkelere benzerlik ve **anadilde iletişimin** öncelikli olduğunu belirtmiştir. D.Tengilimoğlu (2018) yaptığı bir çalışmada yabancı hastaların Türkiye'yi tercih sebepleri arasında Türkiye'ye varış sonrası ulaşım yardımı, doktorla anadilde iletişim, hekimlerin uluslararası deneyimi ve maliyet gibi konuların büyük önem atfettiğini belirlemiştir.

Hasta direkt doktor ile anadilde iletişim kuramadığı durumlarda ise kendi ülkesi vatandaşı olan bir kişinin tercüme görevinde bulunmasını tercih etmektedir. Güven duygusu hasta açısından çok önemlidir ve tercih edilmede öne çıkaran etkenlerden biridir. Ülke ve bölge seçiminde de güvenli coğrafyalar tercih sebebidir. 10. Kalkınma Planı, Sağlık Turizminin Geliştirilmesi Eylem Planı'nda **4 saatlik uçuş halkası** içerisinde bulunan ülkeler ve **direkt uçuş olan ülkeler** hedef ülke belirlemede öncelik verilmesi belirtilmiştir.

Hedef Pazar belirlenirken daha önce hiç iletişim kurulmamış ve /veya bir bağ bulunmayan bölge ve /veya ülke seçilmesinden ziyade; belirli bir ortak geçmiş; işbirliği, bilinirlik ve olumlu algı yaratılmış bölgelere öncelik verilmesi hem zaman hem de ekonomik olarak avantajlı olacaktır. T.C. Ticaret Bakanlığı tarafından yayınlanan raporlar ve istatistikler arasında yer alan; Sağlık Turizmi: Tedaviler, Pazarlar ve Sağlık Sistemi Uygulamaları Raporu'nda aşinalık ve kültürel benzerliğin güven duygusu uyandırması sebebiyle diaspora nüfusunun olduğu bölgelerin hedeflenmesi yapılan çalışmalarda önerilmektedir. Meksikalı göçmenlerin Amerika Birleşik Devletleri'nden Meksika'ya tedavi için gitmesi; Kore'nin ise Amerika Birleşik Devletleri, Avustralya ve Yeni Zelanda'ya yerleşmiş ve 2. Jenerasyon nüfusa sağlık hizmeti sunması örnek olarak verilmektedir.

7.1. BİRİNCİL ÖNCELİKLİ HEDEF ÜLKELER

İl Sağlık Müdürlüğü' nden alınan verilere göre; Kayseri ili 2019 yılı sonu sağlık hizmetinden faydalanan yabancı ülkeden gelen turistlerin sayısı toplam 3997 iken, bu sayının 3150 turistin sağlığı kapsamında, geri kalan 847 kişi ise sağlık turisti olarak hizmet almışlardır. Bu ziyaretçilerin 3282'si özel hastanelerini tercih ederken 815'i kamu hastanelerini tercih etmiştir. Verilere dayanarak sağlık turisti sayısı; toplam sağlık hizmeti alan yabancılara oranı %21,1 olup çok düşük olduğu aşikardır. Bu konunun da farklı yorumlanabileceği hakkında 'hedeflenen sağlık turisti sayısı bölümünde' bilgi bulunmaktadır. İl Sağlık Müdürlüğü verilerine göre ülkelerin ayrıştırılması aşağıdaki tablolarda yer almaktadır.

TABLO 7. Kayseri Sağlık Turizmi Kapsamında Verilen Hizmetin Sektörlere Göre Dağılımı, 2019 Yıl Sonu Verileri

	DEVLET	ÖZEL	TOPLAM
Turistin Sağlığı	412	2738	3150
Sağlık Turizmi	303	544	847
TOPLAM	715	3282	3997

Ülkemizde geçici koruma altındaki Suriyelilere verilen kimlik kartları 99 ile başlıyor olup bu kişilerden SGK provizyonu alınabilmektedir. Aynı zamanda ülkemizde sağlık turizminden yararlanmak için ziyaret eden Suriyeliler de bulunmaktadır. Turistin sağlığı kısmında Suriyeliler' in ise; ülkemize mülteci olarak gelen ve geçici koruma altına alınmak üzere müracaat etmiş ancak müracaatı henüz sonuçlanmadan acil sağlık hizmetinden faydalanan kişilerden kaynaklandığı düşünülmektedir. Aynı şekilde ilimizde Irak ve İran'dan gelen göçmenler bulunmaktadır. 2015 senesinde Kayseri'de her 100 kişiden 4'ünün göçmen olduğu; 2019 senesinde ise ilimizde 100.000 kişinin üzerinde göçmen yaşadığı belirtilmiştir.

Sağlık İl Müdürlüğü verilerine göre 2019 senesi için Sağlık hizmeti alan 3997 yabancı sağlık hizmeti alıcısının; yoğunluk sıralamasına göre ilk 7 ülke sırasıyla;

1. Almanya: 1365 kişi
2. Hollanda: 770 kişi
3. Irak: 377 kişi
4. Bahreyn: 284 kişi
5. Suriye: 270 kişi
6. Belçika - Avusturya - Azerbaycan: 73 kişi
7. Fransa: 62 kişi ilimizden sağlık hizmeti almıştır.

TABLO 8. Kayseri Sağlık Turizmi Hasta Sayısının Ülkelere Göre Dağılımı, 2019 Yıl Sonu Verileri

ÜLKELER	SAYI	ÜLKELER	SAYI
---------	------	---------	------

KAYSERİ SAĞLIK TURİZMİNİN GELİŞTİRİLMESİ MEVCUT DURUM ANALİZİ VE EYLEM PLANI

ALMANYA	1365	AVUSTRALYA	43
HOLLANDA	770	AZERBAYCAN	73
IRAK	377	ÇİN	31
BELÇİKA	73	DANİMARKA	22
FRANSA	62	GÜRCİSTAN	31
AVUSTURYA	73	KIRGIZİSTAN	20
İRAN	52	PAKİSTAN	34
SURİYE	270	TÜRKMENİSTAN	25
AFGANİSTAN	56	UMMAN	22
BAHREYN	284	DİĞER	288
TOPLAM		3977	

Tablo 9. Kayseri Ülkelere Göre Dağılımı Turistin Sağlığı ve Sağlık Turisti Sayısı, 2019 Yıl Sonu Verileri

	Turistin Sağlığı	Sağlık Turizmi	TOPLAM
ALMANYA	1191	174	1365
HOLLANDA	733	37	770
IRAK	223	154	377
BAHREYN	39	245	284
SURİYE	262	8	270
BELÇİKA	72	1	73
AVUSTURYA	66	7	73
AZERBAYCAN	53	20	73
FRANSA	54	8	62

Bu ülkelerin alt kırılımlarına baktığımızda: 262 Suriyeli turistin sağlığı alanında hizmet almıştır. Eylem planı Suriye'den sağlık hizmeti alanların mülteci olması varsayımı ile planlanmıştır. Mülteciler Derneği (2020)'nin verilerine göre Kayseri'de 75999 Suriyeli mülteci bulunmakta olup ülkemiz genelinde bulunan mültecilerin % 5,47'sine denk gelmekte ve ülke genelinde barındırdığı Kayseri mülteci sayısı ile 14. sırada yer almaktadır.

2019 verilerinden; Suriyeli sağlık turisti ve turistin sağlığı hizmeti alanları çıkardığımızda; Sağlık turistlerinin toplam sayısı incelendiğinde hizmet alanların;

% 34,2'si Almanya,

Yaklaşık % 20'si Hollanda,

Yaklaşık % 10'u Irak,

% 7'si Bahreyn ve

yaklaşık % 2'si Belçika, Avusturya ve Azerbaycan, % 1,5'u Fransa'dan gelmiştir.

Diğer senelerde sağlık hizmeti alan sağlık turistleri incelendiğinde; Suriye, İran ve Irak kökenli sağlık turisti hizmet alıcılarının mülteci / göçmen olması olasılığı kesinlikle göz ardı edilmeden değerlendirilmiştir.

2015 senesi verileri incelendiğinde Kayseri'den sağlık hizmeti alan turistlerin (turistin sağlığı ve sağlık turisti toplamı);

% 31,8'i Almanya,

% 23,3'ü Hollanda,

% 11,8'i Irak,

% 4,8'i İran,

% 4 Suriye,

% 2 - 3'ü Belçika, Avusturya, Fransa,

% 1,4'ü Azerbaycan'dan gelmiştir.

2016 senesi verileri incelendiğinde; toplam sağlık turisti sayısında 2015 ve 2016 seneleri arasında çok büyük bir düşüş olduğu görülmektedir. 2015 senesinde toplam 4055 kişi sağlık turisti olarak kayıt edilmişken 2016'da bu sayı 2358'e düşmüştür. Aynı zamanda 2015 senesinde % 3 civarında olan Suriyeli sağlık turisti sayısı 2016 senesinden itibaren yükselişe geçmiştir; 2016 senesinde % 8'ini oluşturmaktadır. 2016 senesi içerisinde yaşanan üzücü darbe girişimi ekonomik ve tabii ki turizm açısından ülkemizi ve ilimizi olumsuz etkilemiş, ülke genelinde de % 40 civarında turist sayısı düşüşü yaşanmıştır. Bu bilgiler ışığında 2016 verileri incelendiğinde sağlık turistlerinin;

% 37,7'si Hollanda,

% 15,39'u Almanya,

% 8 Suriye,

% 7 Irak,

% 5,9 İran,

% 2 – 3 Belçika, Avusturya, Fransa,

% 1,5 Azerbaycan'dan gelmiştir.

2017 senesi verileri incelendiğinde gelen sağlık turistlerinin;

% 32,6'sı Hollanda,

% 20'si Bahreyn,

% 10'u Irak,

% 8,66'sı Almanya,

% 7'si Suriye,

% 6'sı Belçika,

% 2 – 3 Azerbaycan, İran, Avusturya'dan gelmiştir.

2018 senesi verileri incelendiğinde;

% 33,4 Almanya,

% 20 Hollanda,

% 15 Bahreyn,

% 8,6 Irak,

% 4 Suriye,

% 2 – 3 Belçika, Avusturya, Fransa,

% 1 civarında İran ve Azerbaycan'dan sağlık turisti gelmiştir.

2015 – 2019 dönemi içerisinde bütün veriler toplandığında 16.478 sağlık turisti ilimizden hizmet almıştır. Bu dönem kümülatif olarak incelenecek olursa;

16478 sağlık turistinin; 4433 kişi ile % 27'si Almanya, 4140 kişi ile % 25,1'i Hollanda, 1587 kişi ile % 9,6'sı Irak, 1472 kişi ile % 8,9'u Bahreyn, % 5,7 Suriye, % 3 İran ve % 2 civarında; Fransa, Avusturya, Belçika ile % 1,5 Azerbaycan oluşturmaktadır.

Tablo 10. Kayseri Uluslararası Sağlık Turizmi Hasta Sayısının Ülkelere ve Yıllara Göre Dağılımı

Ülke	2015	2016	2017	2018	2019
Almanya	1292	363	218	1195	1365
Hollanda	947	890	819	711	770
Irak	480	173	251	306	377
Bahreyn	0	132	519	537	284
Suriye	149	189	192	142	270
Belçika	88	51	16	68	73
Avusturya	120	58	36	65	73
Azerbaycan	57	35	49	45	73
İran	196	141	64	46	52
Fransa	95	47	20	56	62
Toplam Uluslararası Tedavi Alan Sayısı	4055	2358	2518	2570	3977

Yukarıda da belirtildiği gibi İran ve Suriyeli vatandaşları ile Irak vatandaşlarının bir kısmının göçmen / mülteci olmaları ihtimalinin yüksek olmasından dolayı hedef ülke belirlemede doğru bilgi vermeyeceği kanısı ile ihtiyatlı değerlendirilmiştir.

Son 5 senenin kümülatif analizi ışığında ilimizden sağlık hizmeti alanların öncelikli ülkeleri yoğunluk sıralamalarına göre Almanya, Hollanda, Bahreyn, Irak ile Belçika, Avusturya ve Fransa ile Azerbaycan olarak belirlemek doğru olacaktır.

Kayseri Kültür Turizm İl Müdürlüğü verileri incelendiğinde; 2017 senesinde 89.736, 2018 116.877, 2019 (9.ay sonuna kadar) 114.192 yabancı turist (yurtdışından giriş yapan kişi sayısı) Kayseri'ye geldiği belirlenmiştir.

Kayseri'ye yaz kış direkt uçuş gerçekleştiren ülkeler ise;

TABLO 11. Kayseri'ye Direkt Uçuş Gerçekleştiren Ülkeler ve Şehirleri

	Kış Dönemi	Yaz Dönemi
Almanya	Dusseldorf, Frankfurt, Stuttgart	Dusseldorf, Stuttgart, Munich, Köln, Hamburg, Hannover, Berlin, Frankfurt, Munster
Hollanda	Amsterdam	Amsterdam, Rotterdam, Eindhoven
Belçika	Liege	Liege

Yaz – Kış uçuş gerçekleştirilen Almanya ve Hollanda sağlık turistlerinin ilk iki sırasını oluşturmaktadır. Ayrıca bu ülkelerin direkt uçtukları şehir sayısı yazın 3 katına çıkmaktadır. Almanya kışın 3 şehirden uçuş gerçekleştirirken yazın 9 şehirden, Hollanda kışın bir şehirden uçuş gerçekleştirirken yazın 3 şehirden uçuş gerçekleştirmektedir.

Yurtdışından gelen turistlerin mevsimsel ziyaretleri incelendiğinde; gelen kişi sayısının Temmuz – Eylül dönemi arasında arttığı görülmektedir. Toplam turist sayısına bakıldığında; kümülatifte Temmuz, Ağustos ve Eylül aylarında gelen yabancı turist sayısının yabancı turist sayısına orası sırası ile % 15, % 17,1 ve % 19,4'tür. Bu dönemin; Kayseri direkt uçuş sayısının da arttığı dönem aralığı ve aynı zamanda Kayseri ve civarında yaşayan gurbetçilerin de vatanlarını ziyaret ettikleri dönem olması dikkat edilmesi gereken bir noktadır.

TABLO 12. Kayseri'ye Gelen Yabancı Turist Sayılarının Dönemsel Dağılımı

Yıl	Dönem	Yabancı Turist Sayısı
2017	Ocak – Şubat – Mart	14.999
	Nisan-Mayıs – Haziran	16.050
	Temmuz – Ağustos-Eylül	44.384
	Ekim – Kasım – Aralık	14.303
2018	Ocak – Şubat – Mart	17.200
	Nisan-Mayıs – Haziran	17.800
	Temmuz – Ağustos-Eylül	57.256

	Ekim – Kasım – Aralık	24.621
2019 (9.ay sonu)	Ocak – Şubat – Mart	20.614
	Nisan-Mayıs – Haziran	29.749
	Temmuz – Ağustos-Eylül	63.829

Google Trends'deki arama verileri incelendiğinde Kayseri en çok sırasıyla Türkiye dışında Hollanda, Almanya, Avusturya ve Belçika lokasyonlarından aranmıştır. Aranma lokasyonlarının alt kırılımlarına bakıldığında ise

- Hollanda- Rotterdam (100), Blaricum (56), The Hague (39), Amsterdam (33)
- Almanya – Dortmund (100), Köln (90), Stuttgart (88), Frankfurt am Main (85), Münih (56)
- Avusturya- Viyana (100) şehirleri
- Belçika – Valon (100), Flaman (100), Brüksel (33) Bölgesi görülmektedir.

Aramayı gerçekleştiren kişilerin diğer arama yaptıkları konular incelendiğinde ise bu kişilerin bu ülkelerde yaşayan gurbetçiler olduğu sonucuna çok rahatlıkla ulaşılabilir.

Aynı zamanda; bu ülkeler sağlık hizmeti alanların yoğun olduğu ülkeler arasında yer alıp Almanya, Hollanda ve Belçika yaz kış direkt Kayseri'ye uçuş sağlanan ülkelerdir.

Kayseri sağlık turizmi ve Kayseri health tourism için ise son 12 ayda gösterilecek yeterli veri yoktur. Yani yurt dışında bu şekilde arama yapılmamıştır. Bu da aslında bize pazarlama ve tanıtım eylemlerine vermemiz gereken önemi göstermektedir.

Yaz döneminde yoğun turist sayısı artışı, direkt uçuş sayısının yine yaz döneminde 3 katına çıkarılması, arama motorunda arama yapılan bölgeler ve aynı bölgelerde devamında arama yapılan kelimeler (yağlama, mantı, sucuk, pastırma gibi yöresel ve Türkçe karakterler ile yazılmış kelimeler) hedef kitlemizin öncelikle gurbetçiler olduğunu sonucuna ulaştırmaktadır.

Avrupa'da yaşayan gurbetçilerin özellikle büyük bir bölümünün İç Anadolu'dan göç etmesi, Kayseri'nin sadece kendi şehrine değil çevre illere de hizmet veren bir konumda olması hedef kitleye ulaşmak ve hizmet verebilmek açısından önemli bir avantajdır. Bu kişilere yönelik hem daha kolay pazarlama faaliyeti yapılabilir hem de özellikle Kayseri için ciddi bir sorun olan dil konusu bir bariyer olmaktan çıkacaktır.

T.C. Dışişleri Bakanlığı 2019 verilerine dayanarak yurtdışında yaşayan Türkler incelendiğinde; 1. sırada 2 milyon kişi ile Almanya, 2. sırada 700 bin kişi ile Fransa, 3. sırada 500 bin kişi ile Hollanda, 6. sırada 250 bin kişi ile Avusturya ve 7. sırada 240 bin kişi ile Belçika yer almaktadır.

İl Sağlık Müdürlüğü ile yapılan birebir görüşmede gurbetçi potansiyelinin bölge açısından çok yüksek olduğu ve mutlaka değerlendirilmesi gerektiği vurgulanmıştır.

ORAN Kalkınma Ajansı TR72 Bölgesi Mevcut Durum Analizi'nde de bölgede gurbetçi nüfusunun fazla olmasının sağlık turisti sayısının yukarılara çıkaran unsurlardan olduğu belirtilmiş, TR72 Bölgesi Turizm Sektörel Çalışma Grubu Raporu (2015)'te de 'Sektörlere göre Kayseri'de tedavi olan hasta sayıları incelendiğinde en çok gurbetçilerin tedavi olduğu ve tamamen özel hastaneleri tercih ettikleri görülmektedir' olarak belirtilmiş; Kayseri İl Sağlık Müdürlüğü İl Brifingi'nden alınan veriye

istinaden (2015) 2014 senesinde gelen 2146 toplam uluslararası hasta sayısının 922'sinin (% 43'ünün) gurbetçilerden olduğu bilgi verilmektedir.

Bütün bu bilgiler ışığında gurbetçi vatandaşlarımızın doğru bir hedef kitle olduğu aşikardır.

Ülkeleri tek tek ele alırsak;

Almanya ve Hollanda;

- Son 5 sene içerisinde en çok sağlık hizmeti alan ülkeler olması sebebiyle; 4 saatlik uçuş mesafesinde bulunmaları
- Yaz – Kış direkt uçuş gerçekleştirilmesi
- Gurbetçilerin yoğun bulunması sebebiyle anadilde iletişim avantajı
- Googletrends'te en fazla 'Kayseri' araması gerçekleştiren ülkeler olması sebebiyle **Birincil hedef ülkeler arasındadırlar.**

Almanya aynı zamanda USHAŞ hedef ülkeleri arasında yer alması ve dolayısıyla bölgede tanıtım ve pazarlamada USHAŞ'ın faaliyet gösterecek olması şüphesiz ilimiz için de avantaj sağlayacaktır.

SATURK (H.Ö. Tontuş, 2015) Tüm Yönleriyle Sağlık Turizmi – Kıta Avrupası: Almanya Raporunda;

'Almanya diaspora sağlık turizmi açısından dünyadaki en güçlü örneklerden biridir ve Türkiye'nin bunu iyi değerlendirmesi gerekir. Almanya'da yaşayan Türk nüfus ülkemizdeki birçok il nüfusundan daha fazladır. Ana hedef kitlenin bu grup olması gereklidir.

Halen Almanya'da yaşayan Türk kökenli nüfusun en önemli sağlık turizmi grubunu oluşturduğu ülkemiz açısından baktığımızda bu gruba verilecek sağlık hizmetinin ancak % 25'ini verebildiğimiz bilinciyle davranıp yaşanan güven sorununu aşmak gerekir.' diye belirtmektedir.

SATURK (H.Ö. Tontuş, 2015) Tüm Yönleriyle Sağlık Turizmi Kıta Avrupası – Hollanda raporunda; Hollanda içerisinde 3.3 milyonluk göçmen nüfus içerisinde en büyük grubun yaklaşık 400.000 kişi ile Türkler olduğunu belirtmektedir.

Belçika;

- Coğrafi olarak Almanya ve Hollanda ile çok yakın olmaları (tanıtım ve pazarlamada fazla ek maliyet getirmeyecek olması)
- Her sene % 2'lik uluslararası sağlık hizmeti alan yabancının gelmesi,
- Sahip olduğu gurbetçi potansiyeli sebebiyle anadilde iletişim avantajı
- Yaz – Kış direkt uçuş gerçekleştirilmesi
- Googletrends'te en fazla 'Kayseri' araması gerçekleştiren ilk 3 ülke içerisinde olması sebebiyle **birincil hedef ülkeler arasındadır.**

Avusturya;

- Almanya, Hollanda ve Belçika'ya çok yakın olması,

- Googletrends'te en fazla arama yapan 4. ülke olması
- Her sene % 2'lik sağlık turisti potansiyeline sahip olması,
- Sahip olduğu Türk nüfusu potansiyeli
- Coğrafi konumu ile direkt uçuş gerçekleştiren ülkelerden kolaylıkla Kayseri'ye gelebilecek olması sebebiyle **birincil hedef ülkeler arasındadır.**

SATURK (H.Ö. Tontuş, 2015) Tüm Yönleriyle Sağlık Turizmi Kıta Avrupası: Avusturya Raporu'nda 'Sağlık Bakanlığımızın yayınladığı veriler ışığında, Avusturya'nın ülkemizden sağlık hizmeti alan ülkeler arasında ilk sıralarda geldiği görülmekle birlikte, bu durumun Avusturya'da yaşayan ve nüfusu 350.000'i bulan vatandaşlarımızın veya Avusturya'nın vatandaşlığına geçmiş Türklerin dil engeli ve çeşitli kültürel nedenlerle, Avusturya yerine ülkemizde tedavi olmak istemelerinden kaynaklanmaktadır.' bilgisi verilmektedir.

Avrupa'da faaliyet gösteren; Köln – Almanya merkezli bir sivil toplum kuruluşu olan Avrupalı Kayserililer Birliği ile görüşülmüş ve kesin bir araştırma olmamakla birlikte yaklaşık sayılarla; Almanya'da 150.000 kişi, Hollanda'da 70.000 kişi, Belçika'da 60.000 kişi ve Avusturya'da 60.000 kişi ile **yaklaşık 340.000 kişi** civarında Kayserili vatandaşımızın yaşadığı bilgisi verilmiştir. Belirtilen kişi sayısı direkt öncelikli hedef kitlemiz olmak için yeterli büyüklüktedir.

Avrupa ülkelerinde yaşayan 1. ve 2. kuşak gurbetçilerimizin; yaşlı kesimin bulunduğu ülkede yaşadığı dil problemlerinden dolayı hekimlerle iletişim kuramamaları ve Türk hekimlerine güvenlerinin daha fazla olması Sağlık Turizmini Geliştirme Derneği tarafından belirlenmiştir. Özellikle içinde bulunduğumuz dönemde ülkemiz ve tüm dünyada yaşanan Covid – 19 salgın hastalığında Türk hekimlerinin ve T.C. Sağlık Bakanlığı'nın ortaya koydukları başarı ve uygulanan tedavi yöntemi özellikle gurbetçi kesimin Türkiye'de tedavi olma ve /veya salgın döneminde ülkesine dönme talebini arttırmıştır.

Birincil hedef olarak belirlenen; **Almanya, Hollanda, Belçika** ve **Avusturya**'da öncelikle Avrupa'da yaşayan Türk vatandaşları hedeflenerek kısa zamanda etkili sonuç alınacaktır. 2007'de sağlık sebebiyle Türkiye'ye gelen gurbetçi sayısının %1 iken 10 sene içerisinde 2017'de % 2,1'e; iki katına çıkması da hedef bölge ve kitleyi doğrulamaktadır. Gurbetçilerin ardından; ortak kültür, yaşam tarzı ve inanç gibi ortak değerlerin öneminden dolayı Avrupa'da yaşayan diğer Müslüman göçmenler ve sonrasında ilerleyen dönemler içerisinde Avrupa'da belirtilen ülkelerde yaşayan kendi vatandaşları hedeflenmelidir.

Irak;

- Ülkemize ve ilimizde coğrafi yakınlığı,
- İlimizde sağlık hizmetinden yararlanan yabancıların % 9,6'sını oluşturması (bu sayının yarısının göçmen olması varsayımı ile % 4,8),
- % 5'lik Türk nüfusu ve bir Türk lehçesi olan Türkmençe ile anadilde iletişim kurma avantajı,
- USHAŞ hedef ülkeleri arasında olup tanıtım ve pazarlama eylemlerinde USHAŞ'ın avantajı olabilecek olması sebebiyle **birincil hedef ülkeler arasında belirlenmiştir.**

Birincil hedef ülkeler olarak belirlenen; öncelik sırasına göre; **Almanya, Hollanda, Belçika, Avusturya** ve **Irak** (yarısı göçmen olduğu varsayımı ile) 5 senelik kümülatif ortalamaları sonucunda sırası ile; % 27, % 25,1, % 4,8 (Irak % 9,6'nın yarısı kadarı) % 2 civarı Avusturya ve Belçika ortalamaları ile **sağlık turistlerinin yaklaşık % 60'ına** ulaşılması mümkün olacaktır.

Yabancı sağlık hizmetinden faydalanan kişilerin yaklaşık % 9'unu oluşturan Bahreyn'den gelen sağlık turistlerinin tek bir aracı sağlık turizmi kurumu vasıtası ile ilimizden; Üniversite Hastanesinden hizmet aldıkları bilinmektedir. Tek bir aracı ile çalışmanın; herhangi bir anlaşmazlık sonucunda sağlık turizmini direkt etkileyecek olması sebebiyle Bahreyn yüksek hasta sayısına rağmen, bu koşullar altında birincil öncelikli ülke olarak önerilmemektedir.

7.2. İKİNCİL ÖNCELİKLİ HEDEF ÜLKELER

İl Sağlık Müdürlüğü (2019) verilerine dayanarak 3997 kişinin % 7'si teşkil eden (284 kişi gelmiştir) **Bahreyn**'den, % 2'ser kısmı ise **Fransa** ve **Azerbaycan**'dan geldikleri belirlenmiştir.

Bunun yanı sıra; kış turizminin hareketli olduğu dönemde (Kasım – Mart arası) ilimize direkt uçuş ile gelen; Erciyes A.Ş.'nin faaliyetleri vasıtasıyla Kayseri Kış Turizmi açısından yer alınan ve faaliyet gösterilen bir pazar olmalarından dolayı **Polonya, Rusya, Ukrayna** ve **Belarus**'ta Kayseri'nin tanıtımının belirli bir noktaya gelinmiştir.

Bahsi geçen ülkeleri tek tek inceleyecek olursak;

Bahreyn; 4 saatlik uçuş mesafesinde bulunmasa da (aktarma ile yaklaşık 8 s 30 dk) ve anadilde iletişim avantajı bulunmasa da; ilimize son 5 senede gelen uluslararası sağlık hizmeti alan kişilerin yaklaşık % 10'u Bahreyn'den gelmektedir. Erciyes Üniversitesi hastanesine Bahreyn'den kemik iliği nakli tedavisi için tek bir aracı ile çalışılması sonucu hastalar tedavi edilmektedir. Bu bilgiye istinaden, Kayseri ve Kayseri'de sunulan sağlık hizmetleri konusunda Bahreyn'de olumlu bir algının başlamış olduğu fikri ile ve hizmet almayı talep edenlerin gelmesi değerlendirilerek diğer branşlar da öne çıkarılıp Kayseri sağlık turizmi açısından **Bahreyn ikincil hedef ülkeler arasında** yerini almalıdır. Bahreyn'i ikincil hedef ülkeler arasında aldığımız taktirde; hastaların tek bir aracı ile sağlık hizmeti almak için Erciyes Üniversitesi'ni tercih etmelerinden dolayı aracı kurum ile olumsuz bir durum olması halinde Bahreyn'den hasta gelişinde olumsuzluk yaşanacağı göz önünde bulundurulmalıdır. Bahreyn aynı zamanda T.C. Ticaret Bakanlığı, Döviz Kazandırıcı Hizmet Ticaretinin Desteklenmesi Karar'ında Hedef ve Öncelikli Ülkeler listesinde yer almaktadır.

Azerbaycan; İl Sağlık Müdürlüğü verilerine (2019) istinaden ve son 5 senelik ortalama bakıldığında; Azerbaycan'dan gelen hasta sayısının toplam hasta sayısına oranı % 2 civarındadır. Azerbaycan **ana dilde iletişim kolaylığı, 4 saatlik uçuş mesafesi avantajlarının** yanı sıra ve halihazırda gelen hastaların oluşturacağı olumlu referansı kullanılarak ikincil hedef pazarlar arasında yer almalıdır. Azerbaycan aynı zamanda USHAŞ tarafından belirlenen hedef ülkeler arasında yer almakta olup USHAŞ tarafından yapılacak olan tanıtım ve pazarlama yatırımlarından da faydalanılması söz konusu olacaktır. SATURK (2016) Raporu'na göre; BDT Ülkelerinden; Rusya, Azerbaycan, Ukrayna ve Kazakistan'ın parlayan yıldızları olduğu ve bu ülkelerin; sağlık sistemlerinin işleyişinden ve sağlık hizmetlerinin sunumundaki yetersizlik sebebiyle tercih edilebileceğimiz ve Türkiye için önemli bir pazar olabileceği de hedeflerimizden; Azerbaycan'ı desteklemektedir.

Fransa; her sene yaklaşık % 2'lik uluslararası sağlık hizmeti alan kişi oranı; birincil hedef Avrupa ülkelerini yakınlığı ve direkt uçuş gerçekleştirilen bölgelere kolay ulaşımı, 4 saatlik uçuş mesafesinde

bulunması ve en çok gurbetçimizin yaşadığı 2. ülke olup Avrupa Kayserililer Birliği'nden edinilen bilgiye göre yaklaşık 80.000 Kayserili'nin yaşaması ile anadilde iletişim avantajından dolayı ikincil hedef ülkeler arasında yer almalıdır.

Polonya, Belarus, Ukrayna ve Rusya;

- Direkt uçuş sağlanması,
- 4 saatlik uçuş mesafesinde yer almaları,
- Daha önceden ilimiz hakkında Erciyes A.Ş. tarafından başarılı bir şekilde yürütülen Kış Turizmi' ne yönelik çalışmanın başlamış olması avantajları sebebiyle ikincil hedef ülkeler arasında belirlenmiştir.

Polonya'nın da sağlık turizminde iddialı ülkeler arasında yer aldığı da unutulmaması gereken önemli bir konudur; ancak birincil öncelikli Avrupa ülkelerine yakınlığı, direkt uçuş avantajı değerlendirilmelidir.

Ukrayna ve Rusya; yukarıda da bahsi geçen SATURK (2016) raporunda BDT ülkeleri arasında yıldızı parlayan olarak belirlemiş ve tercih edilebileceğimizi vurgularken; bu iki ülke aynı zamanda USHAŞ'ın ve T.C. Ticaret Bakanlığı'nın hedef ülkeleri arasında yer almakta olup USHAŞ'ın gerçekleştireceği faaliyetlerin de ilimizin faaliyetlerini destekleyeceği bir diğer avantajlarıdır. Tüm Yönleriyle Sağlık Turizmi – Rusya Federasyonu Ülke Raporunda (SATURK, 2015); Rusya, Türkiye için hedef ülke olarak belirlenmiş ve ayrıca vatandaşlarının medikal turizmde Türkiye'yi tercih etme sebepleri olarak; ülkelerinde tıbbi teknolojik yetersizlik, sağlık çalışanlarının üst ihtisas yetersizliği, özellikle tedavi ihtiyacı ve geleneksel turizm imkanları olduğu belirtilmiştir.

Aşağıdaki eylem planlarının öncelikle birincil hedef ülkelerden özellikle Avrupa'da bulunan Almanya, Hollanda'da en başta ve devamında Belçika ile Avusturya'da zaman içerisinde Irak'ta ve devamında ikincil hedef ülkelere; bunlar arasında da Avrupa'da bulunanlara öncelik verilerek sonra diğerlerine uygulanması önerilmektedir. Burada yukarıda belirtilen ülkelerin ikincil hedef ülkeler olmasında dil problemi ve anadilde sağlık hizmeti almaları konusunda yaşanabilecek zorluk göz önünde bulundurulmuş; birincil öncelikli ülkelerde anadilde rahatlıkla iletişim kurulabilecek olmasından dolayı daha kısa sürede reaksiyon alınarak sağlık hizmeti alacak sağlık turisti sayısında artış gözleneceği öngörülmektedir.

Bundan sonra hedef ülkeler belirlenirken / revizyon yapılması gerektiğinde 4 saatlik uçuş çemberi tercihen anadilde iletişim kurabilme avantajı ve direkt uçuş sağlanan bölgelerin dikkate alınması gerektiğini belirtmekte yarar vardır.

Birincil ve / veya ikincil hedef ülkelere yabancı sağlık turisti geldiğinde ise kurumların, gelen misafirin ana dilini konuşan ve Kayseri'de ikamet eden bir vatandaşı ile işbirliği içerisinde çalışması başarılı sonuçları beraberinde getirecektir.

Yapılan çalışmalar ışığında belirtilmelidir ki;

Her ne kadar sağlık turisti; hizmetin maliyetini rakip ülke / hastane / hizmet veren kuruluş arasında sıralasa da, sağlık turistine sorulduğu zaman tercihinin kaliteden yana olduğunu vurgulamaktadır. Bu durumda tanıtım ve pazarlamada kesinlikle üzerinde durulması gereken konu '**kaliteli hizmet**' ve devamında bu hizmetin diğer ülkelere kıyasla çok daha uygun maliyetlerde sunulduğu olmalıdır.

8. KAYSERİ SAĞLIK TURİZMİNİN GELİŞTİRİLMESİ EYLEM PLANI

8.1. EYLEMLERİN İCRAATA GEÇİRİLMESİ İÇİN ÖNERİLEN METOT

Eylemlerin gerçekleştirilmesi için bir mentor ekibi ve onunla birlikte çalışarak operasyonu gerçekleştirecek proje ekibi olması önerilmektedir. Mentor ekibinde ilde sağlık turizmi konusunda yapılan çalışmalarda aktif yer alan ilin idari amirleri ve / veya onların görevlendireceği konuyla ilgili ve tecrübe sahibi yöneticileri bulunmalıdır. Bu birim proje ekibini yönlendirmeli ve ekibin çalışmasını denetlemelidir. Proje ekibi en az iki kişiden oluşmalı; bir kişi işin icra edilmesinin ön aşamasını (teklif alınması, görüşülecek doğru kişinin araştırılması, görüşmelerin fiziki şartlarının ayarlanması ve organizasyonu gibi), diğer proje uygulayıcısı ise çalışma takviminin ve her ay hangi etkinliğin gerçekleştirileceğini oluşturmak, etkinliklerin ön bütçesini çıkarmak, etkinlik için onay almak ve onaya göre etkinliğin gerçekleştirilmesinden sorumlu olacaktır.

Proje mentor ekibi ayda bir / gerektiğinde iki defa toplanacak bir önceki ayın değerlendirmesi ve bir sonraki ayda yapılacak görüşülecektir. Proje ekibi ise mentor ekibine önerilerini sunacak ve çalışmasını proje yönetim ekibine raporlayacaktır.

8.2. EYLEM PLANI İÇERİSİNDE YER ALAN SORUMLU KURUMLARA SORUMLULUKLARIN ATFEDİLMESİ DAYANAĞI

Kayseri'nin Sağlık Turizminin Geliştirilmesi Stratejik Eylem Planı hazırlanırken GZFT analizi çalışmasında belirlenen sorunların çözümü niteliğinde çatı hedef, bu hedefe ulaşmak için uygulanması gereken strateji ve bu stratejiyi elde edebilmek için kurumlar tarafından gerçekleştirilmesi gereken eylemler belirlenmiştir. Eylemlerin hepsi için üstlenici sorumlu kuruluş ve kuruluşun birlikte çalışarak ilerleyebileceği paydaşlar belirlenmiştir. Eylemin sorumlu belirtilen kuruluş; kuruluşun bağlı olduğu ana kuruluş, kuruluş kanunu, tüzüğü ve kuruluşun belirttiği ve yayınladığı projeleri çerçevesinde belirlenmiştir. Bahsi geçen kuruluşlar ve ilişkilendirildikleri görevlerin dayanakları aşağıda belirtilmektedir.

Kayseri Büyükşehir Belediyesi:

Kayseri Büyükşehir Belediyesi web sitesinde; Projeleri altında <https://www.kayseri.bel.tr/projelerimiz/saglik-turizmi-calismalarina-destek> alanında; Sağlık Turizmi çalışmalarına destek vereceğini belirmiş ve bu alanda yapacağı çalışmaları şu şekilde sıralamıştır;

1. Sağlık turizm haritasının çıkarılması
2. Sağlık turizmi ile ilgili akademik camiada ve güncel medyada duyurular yapılması
3. Her türlü tanıtım çalışması yapılması; reklam sponsorluk ve basın kuruluşlarıyla şehrimize yönelik çalışmaların yapılması,
4. Sağlık kurumları ve diğer paydaşların sağlık turizmine hazır hale getirilmesi
5. Kayseri merkezli sağlık turizmi aracı kurumları oluşturulması

6. Sağlık turizmi ile ilgili ERSEM, Halk Eğitim gibi merkezlerde eğitim ve sertifika programları düzenlenmesi, üniversitelerde konuyla ilgili bölümler oluşturulması konusunda çalışmaların yapılması,
7. Sağlık turizminde aracılık hizmeti veren şirketlerin kalitesinin artırılması, yeni aracı kurumların oluşturulması, var olanların desteklenmesi ve ortak hareket planı oluşturulması,
8. şehrimize gelen yerli yabancı konularımıza yönelik özel sağlık turizmini tanıtıcı materyallerin hazırlanması ve sunulması
9. Sağlık personeline yönelik Avrupa Sağlık Mevzuatı ve Sağlık turisti hakları konularında eğitimlerin verilmesi olarak belirlenmiştir.

Kayseri Büyükşehir Belediyesi, sağlık turizmi alanında yaptığı çalışmalarını İmar A.Ş. altında yürütmektedir ve belediyenin web sitesinin altında sağlık turizmi web sitesi <https://www.kayseri.bel.tr/kesfet-listeleme/kayseri-saglik-turizmi-web-sitesi> ve yönetiminde <http://www.healthtourismkayseri.com/tr> web sitesi bulunmaktadır. Büyükşehir Belediyesi 'Health Tourism Kayseri' kullanıcı adına ait instagram, facebook, twitter ve youtube hesaplarını da yönetmektedir.

Kayseri Büyükşehir Belediyesi 28 - 29 Haziran 2019'da Kayseri Sağlık Turizmi Çalıştayı düzenlenmiş; çalıştay sonucunu kitapçık haline getirmiştir. Büyükşehir Belediyesi yapılacak tüm çalışmalarda en büyük desteği vereceğini belirtmiş ve tüm paydaşları da aynı gayrete katılmaya davet etmiştir (Kayseri Büyükşehir Belediyesi Yayınları, Yayın No: 151, Eylül 2019). Büyükşehir Belediyesi Sağlık Turizminin Kayseri'de geliştirilmesi konusunda yaptığı çalışmalarla örnek teşkil etmekte ve şimdiye kadar gerçekleştirdiği çalışmalar bundan sonra çalışmalarının devam edeceğinin de habercisi niteliğindedir.

5393 sayılı Belediye Kanunu çerçevesinde;

Belediyenin görev ve sorumlulukları

Madde 14- Belediye, mahallî müşterek nitelikte olmak şartıyla;

a) İmar, su ve kanalizasyon, ulaşım gibi kentsel alt yapı; coğrafi ve kent bilgi sistemleri; çevre ve çevre sağlığı, temizlik ve katı atık; zabıta, itfaiye, acil yardım, kurtarma ve ambulans; şehir içi trafik; defin ve mezarlıklar; ağaçlandırma, park ve yeşil alanlar; konut; kültür ve sanat, **turizm** ve **tanıtım**, gençlik ve spor orta ve yüksek öğrenim öğrenci yurtları (Bu Kanununun 75 inci maddesinin son fıkrası, belediyeler, il özel idareleri, bağlı kuruluşları ve bunların üyesi oldukları birlikler ile ortağı oldukları Sayıştay denetimine tabi şirketler tarafından, orta ve yüksek öğrenim öğrenci yurtları ile Devlete ait her derecedeki okul binalarının yapım, bakım ve onarımı ile tefrişinde uygulanmaz.); sosyal hizmet ve yardım, nikâh, meslek ve beceri kazandırma; **ekonomi ve ticaretin geliştirilmesi hizmetlerini yapar veya yaptırır.**

b) (...)2).. sağlıkla ilgili her türlü tesisi açabilir ve işletebilir;

10. Kalkınma Planı' nı çerçevesinde;

585. Kamu yatırımlarının büyümeye, özel kesim yatırımlarını desteklemeye, bölgeler arası gelişmişlik farklarını azaltmaya, istihdamı ve ülke refahını artırmaya katkısının azami seviyeye çıkarılması temel amaçtır.

589. Kamu yatırımlarında, KÖİ modeliyle yürütülenler dâhil, eğitim, **sağlık**, içme suyu ve kanalizasyon, bilim-teknoloji, ulaştırma ve sulama **sektörlerine öncelik verilecektir.**

872. Sağlık turizmi başta olmak üzere, kongre turizmi, kış turizmi, kruvaziyer turizmi, golf turizmi ve kültür turizmine ilişkin altyapı eksiklikleri tamamlanarak pazarın çeşitlendirilmesi sağlanacak ve alternatif turizm türlerinin gelişimi desteklenecektir.

874. Pazardaki ve müşteri profilindeki gelişmeler sürekli izlenerek dış tanıtım faaliyetleri etkinleştirilecektir.

1108. Bölgesel ölçekte başta enerji, eğitim, **sağlık**, gıda, tarım, ulaştırma ve **turizm** gibi sektörler olmak üzere ortak potansiyeli harekete geçirmeye yönelik işbirliği imkânları değerlendirilecektir. Bu kapsamda yakın bölgeye odaklanan sektörel stratejiler, ortak program ve projeler hazırlanacaktır.

ASTUDER – Anadolu Sağlık Turizmi Derneği:

Kuruluş Tüzüğü:

Madde 2-Dernek, yükselen bir trend olarak Sağlık Turizmi alanında özelde Kayseri'nin genelde Türkiye'nin sahip olduğu altyapı, imkan ve potansiyellerinin araştırılmasına, incelenmesine, geliştirilmesine ve bunların yurtiçi ve yurtdışında tanıtımlarının yapılarak genelde ülkemizin özelde Kayseri'nin uluslararası Sağlık Turizmi getirilerinden daha çok pay almasına katkıda bulunmayı amaç edinir.

Dernek bu amaca yönelik olarak; A.Medikal Turizm (Tıp Turizmi) Üzerine Çalışmalar Yapar:

Kayseri'nin ve Türkiye'nin tıbbi alanda sahip olduğu altyapı ve imkanların değerlendirilerek yurtdışından tedavi amaçlı hastaların getirilmesine ve ülkemizde tedavilerinin yapılmasına katkı sağlamak. Sağlık Turizmi alanında araştırma ve yönetsel geliştirme için projeler hazırlamak, uygulamak, eğitim kurumları ve hizmet sunacak otel, motel, tatil köyleri, kaplıcaları, kür merkezleri, huzurevleri vb. müesseseler açmak. Bu alanda hizmet sunacak kalifiye eleman yetiştirmek mesleki eğitimler vermek. Kurum ve kuruluşlara sağlık turizmi ve evde bakımla ilgili danışmanlık yapmak. Ülkemize sağlık turizmi, kaplıca turizmi ve yurt dışı yaşlılara bakım hizmetlerinden gelir elde etmek için tanıtım ve organizasyonlar yapmak.

İl Sağlık Müdürlüğü:

T.C. Sağlık Bakanlığı 2019 - 2023 Stratejik Eylem Planı' nda;

Dünyada yükselen pazar konumunda olan medikal, termal ve ileri yaş-engelli turizmi alanlarında ülkemizin hizmet kalitesinin yükseltilmesi ve rekabet gücünün artırılması amaçlanmaktadır.

'Amaç 6: Ülkemizin sosyoekonomik kalkınmasına ve küresel sağlığa katkıda bulunmak; sağlık endüstrilerinde milli teknolojiyi geliştirmek ve yerli üretimi artırmak' altında

Hedef 6.3 Ülkemizin sağlık turizminde tercih edilen ülkeler arasına girmesini sağlamak hedeflenmektedir.

Bu hedef altındaki stratejilerden bazıları:

6.3.1 Etkin tanıtım, pazarlama ve uluslararası işbirliği ile sağlık turizmi kapsamında turist sayısı ve geliri artırılabacaktır

6.3.2 Sağlık turizminde hizmet kalitesine yönelik fiziki altyapı geliştirilecektir

Bu hedef altında belirtilen ihtiyaçlardan bazıları:

- Sağlık turizmi kapsamında hizmet veren tesislerin niteliğini yükseltmek için yeni destek mekanizmalarının geliştirilmesi, akreditasyon ve gözetim çalışmalarının yürütülmesi
- Belirlenen hedef ülkelerde sağlık turizmi koordinasyon ofislerinin ve ileri tanı merkezlerinin kurulması
- Hedef ülkelere yönelik etkin tanıtım ve pazarlama çalışmalarının yürütülmesi ...olarak belirlenmiştir.

İl Kültür Turizm Müdürlüğü;

2019 - 2023 Stratejik Eylem Planı' nda;

'Termal turizmden sağlık turizmine, gastronomi turizminden golf turizmine, kış turizminden inanç turizmine geniş yelpazede zengin turizm potansiyeline sahip ülkemizin rekabet gücünün, pazar payının ve marka değerinin artırılması temel amacımızdır.' olarak belirtilmektedir.

Yasal yükümlülükleri arasında;

Turizm sektörünü düzenlemek, turizm ürün ve hizmetlerini çeşitlendirmek, geliştirmek, uluslararası rekabet gücünü, pazar payını ve marka değerini artırmak, bölgesel kalkınmada öncü bir sektör haline getirmek... yasal yükümlülükleri arasında yer almaktadır.

Yerel yönetimlerin, asıl amacı kültüre, sanat, turizm ve tanıtım faaliyeti olan dernek ve vakıfların, özel tiyatroların, kültür, sanat ve turizmi geliştirmek ve tanıtmak için hazırladıkları projeleri desteklemek,

...ülkemizin yurtiçi ve yurtdışında tanıtımını yapmak ve bu yönde faaliyet gösteren yerli veya yabancı kamu veya özel kurum, kuruluş, topluluk ve kişileri desteklemek, yönlendirmek ve bunlar arasında gerekli işbirliğini sağlamak,

11. Kalkınma Planı' nda;

Verilen görevler arasında;

Turizm hizmetlerinin çeşitliliği ve niteliği artırılarak turizmin ekonomiye katkısının artırılması,

Amaçlar arasında; Turizm sektöründe ülkemizin rekabet gücünü, pazar payının, ve marka değerinin artırılması belirlenmiş;

Bu amacın altında hedef olarak; Harcama eğilimi yüksek ziyaretçi sayısının ve turizm gelirlerinin artırılması belirlenmiş,

Bu amaç ile ilgili olarak ihtiyaç; ‘Gastronomi, golf, sağlık gibi en fazla gelir bırakan turizm çeşitlerine yönelik talebin yüksek olduğu pazarlar tespit edilmesi ve bu ülkelerden ziyaretçi sayısının artırılmasına yönelik çalışmaların yürütülmesi,

Cumhurbaşkanlığı 2019 Programı kapsamında;

Sağlık turizmi başta olmak üzere, ...ilişkin altyapı eksikliklerinin tamamlanarak pazarın çeşitlendirilmesi ve alternatif turizm türlerinin gelişiminin desteklenmesi,

Orta Vadeli Program 2019- 2020 Yeni Ekonomi Programı kapsamında;

Sağlık turizminin geliştirilmesi için projeler planlanarak hayata geçirilmesi,

Yeni Ekonomik Program 2020 - 2022 kapsamında;

Sağlık turizminin geliştirilmesi için projeler hayata geçirilmesi,

Türkiye Turizm Strateji Belgesi 2023 kapsamında;

Alternatif turizm türlerinden öncelikli olarak sağlık turizmi ve termal turizm, kongre ve fuar turizminin geliştirilmesi görevleri verilmiştir.

Erciyes Üniversitesi Tıp Fakültesi;

Vizyonunda belirtilen; ‘Uluslararası düzeyde tanınan ve tercih edilen bir sağlık kuruluşu olmaktır’ ifadesi,

Erciyes Üniversitesi Sağlık Uygulama ve Araştırma Merkezinde Uluslararası Sağlık Turizmi iş ve işlemleri 13.07.2017 tarih ve 30123 sayılı Resmi Gazetede yayımlanan Uluslararası Sağlık Turizmi ve Turistin Sağlığı Hakkında Yönetmeliğe göre alınan Sağlık Turizmi Yetki belgesi ile yürütülmektedir.

Bölgede en kapsamlı sağlık turizmini gerçekleştirerek; Türkiye Cumhuriyeti ve Bahreyn Krallığı arasında imzalanan anlaşmaya istinaden Bahreyn ile sağlık turizmi yapılması, 20 ülkeden hasta kabul etmesi, Genom ve Kök Hücre Merkezi’ne sahip Türkiye'nin ilk üniversitesi, Erişkin Kemik İliği Transplantasyon Merkezi JACIE (Joint Accreditations Committee of ISCT and EBMT) tarafından akredite edilmiş Türkiye ve Dünya standartlarında kamu hastanelerinde bir ilk olması, Çocuk Kemik İliği Transplantasyon Merkezi, JACIE (Joint Accreditations Committee of ISCT and EBMT) tarafından akredite edilmiş, Avrupa ve Dünya standartlarında Türkiye’de JACIE sertifikası olan ilk ve tek örnek olması,

2017 - 2021 Erciyes Üniversitesi Stratejik Eylem Planı’ nda yer alan hedefler arasında;

‘Sağlık turizmi hasta sayısının düzenli olarak artışının sağlanarak 2021 yılında 200 hasta sayısına ulaşılması’ hedefi ve bu hedefe ulaşılması için ‘Sağlık turizmi hasta sayısının artırılmasına yönelik tanıtım çalışmaları yapılacaktır. Sağlık turizmi ile ilgili işbirlikleri (protokol sayısı) artırılabilecektir.’ stratejileri belirlenmesinden dolayı eylem planında yer alan faaliyetler içerisinde yer verilmiştir.

T.C. Sağlık Bakanlığı Kayseri Şehir Eğitim ve Araştırma Hastanesi;

T.C. Sağlık Bakanlığı 2019 - 2023 Stratejik Eylem Planı’ nda yer alan hedefler arasında;

5.7.3. Şehir Hastanelerinde etkin sağlık turizmi hizmeti verebilecek altyapı kurulacak ve süreçler tanımlanacaktır.

Şehir Hastanelerinde sağlık turizmine yönelik alanların ve personel ihtiyacının belirlenmesi

Sağlık Turizminden elde edilen gelirlerden kamu hastanelerinin payının artırılması için çalışmalar yapılması ihtiyaç olarak belirtilmektedir.

Orta Anadolu Kalkınma Ajansı – ORAN;

1108. Bölgesel ölçekte başta enerji, eğitim, **sağlık**, gıda, tarım, ulaştırma ve **turizm** gibi sektörler olmak üzere ortak potansiyeli harekete geçirmeye yönelik işbirliği imkânları değerlendirilecektir. Bu kapsamda yakın bölgeye odaklanan sektörel stratejiler, ortak program ve projeler hazırlanacaktır.

Ayrıca, Orta Anadolu Kalkınma Ajansı tarafından 2019 yılında uygulanmaya başlanan ve Genel Amacı “Kış, termal, sağlık ve spor turizmi imkânlarının geliştirilmesi ve bölgedeki illerin rekabet güçlerinin artırılması” olarak belirlenen *Alternatif Turizm İmkânlarının Geliştirilmesi Sonuç Odaklı Programı* kapsamında üç öncelik belirlenmiştir. Bunlar;

Özel Amaç 1: Kış turizmi altyapı imkânlarının iyileştirilmesi ve kış turizmi odaklı tesisler için turizmi 12 aya yaymak

Özel Amaç 2: Termal turizm altyapısının geliştirilmesi ve tanıtımının yapılması

Özel Amaç 3: Sağlık turizmi işbirliklerinin geliştirilmesi ve tanıtımının yapılması,

Olarak sıralanmıştır. Özellikle ikinci ve üçüncü öncelik “Sağlık Turizmi” konusunda, ORAN Kalkınma Ajansı’nın da önemli paydaşlarımız arasında olduğunun göstergesidir.

9. KAYSERİ’DE SAĞLIK TURİZMİNİN GELİŞTİRİLMESİ AMACIYLA ÖNERİLEN EYLEMLER

Raporda yer alan eylem önerilerinin bir kısmı T.C. Ticaret Bakanlığı Döviz Kazandırıcı Hizmet Sektörünün Desteklenmesi kapsamında;

Madde 19- İşbirliği kuruluşun yürüteceği Hizmet Sektörü Rekabet Gücünün Artırılması Projesi Desteği (HİSER) en fazla 3 yıl boyunca;

a) İhtiyaç analizi, eğitim, danışmanlık, organizasyon ve projede istihdam edilen en fazla 2 (iki) adet personelin brüt ücretleri, %75 oranında ve proje bazında en fazla 400.000 ABD Doları,

b) Yol ve konaklama dahil yurt dışı ve yurt içi tanıtım ve organizasyon faaliyetlerine ilişkin giderleri % 75 oranında ve faaliyet başına en fazla 150.000 ABD Doları (yıllık en fazla onar adet yurt dışı ve yurt içi faaliyet) desteklenir.

Reklam, tanıtım ve pazarlama faaliyetlerine ilişkin harcamaları: Bireysel hareket edildiğinde, %60 oranında ve yıllık en fazla 400.000 ABD Doları,

İşbirliği kuruluşun yapacağı Reklam, tanıtım ve pazarlama faaliyetlerine ilişkin harcamaları, %70 oranında ve yıllık en fazla 500.000 ABD Doları,

Sağlık kuruluşları tarafından yurt içinde istihdam edilen ve tercümanlık hizmeti veren en fazla 2 (iki) adet personelin aylık brüt ücretleri % 50 oranında ve personel başına yıllık en fazla 25.000 ABD Doları veya tercümanlık hizmet alımına yönelik giderleri % 50 oranında ve yıllık en fazla 50.000 ABD Doları,

Bakanlık ile protokol yapan özel sağlık kuruluşları ya da havayolu şirketleri tarafından hastaların tedavi edilmek üzere;

a) Tarifeli uçak seferi ile Türkiye'ye getirilmesi halinde uçak veya diğer ulaşım giderleri hasta başına % 50 oranında ve en fazla 1.000 ABD Doları,

b) Tarifesiz (charter) uçak seferleriyle Türkiye'ye getirilmesi halinde hasta başına 200 ABD Doları'nı geçmemek kaydıyla ulaşım giderlerinin tamamı,

Fuar katılımlarında; Bireysel Katılımlarda; Yararlanıcı ve işbirliği kuruluşlarının bireysel katılımlara ilişkin katılım giderleri ile en fazla iki temsilcisinin ekonomi sınıfı gidiş-dönüş ulaşım masrafları %50 oranında ve etkinlik başına en fazla 15.000 ABD Doları,

Sağlık turizmi sektöründe ülkemize uluslararası hasta getirilmesine yönelik acentelere yapılan komisyon ödemeleri, % 50 oranında ve yıllık en fazla 100.000 ABD Doları desteklenmektedir.

Hazırlanan raporda eylemler 15 Şubat 2020 günü 43 kişinin katılımıyla düzenlenen GZFT analizi çalışmasında sektörde yer alan ve paydaşların belirledikleri zayıf yönleri geliştirmek üzere önerilmektedir.

9.1. TANITIM & PAZARLAMA

Öncelikle belirtilmelidir ki: Sağlık hizmetlerinin alternatif turizm çeşidi olarak ağızdan ağıza (mouth-to-mouth) veya kulaktan kulağa söylenti (word-of-mouth) yoluyla tanıtımın yeri hiçbir teknikle doldurulamaz ve bunu sağlamak için doğru planlama yapılması gerekir. Nitekim yıllık reklam-tanıtım çeşitleri güven indeksi raporunda en güvenilen tanıtımın ağızdan ağıza yol olduğu saptanmıştır (Nielsen, 2015). Stratejik olarak planlanmış tekrarlayan tanıtım kampanyaları önem arz etmektedir. Her geçen önem ve büyüklüğü artan uluslararası sağlık turizmi endüstrisinde en yüksek pay alan ülkelerin; bilimsel araştırmalara dayanan, devamlılık arz eden, koordine bir şekilde yürütülen bütüncül tanıtım faaliyetlerinin başarılarında çok büyük payı olduğu belirlenmiştir. Sağlık hizmeti alma talebi ile değişik nedenlerle tedavi amaçlı yurt dışına seyahati planlayan hizmet alıcının karar almalarında etkili olan unsur; bu kişilerin zihinlerinde oluşan ya da oluşturulan çoğu zaman objektif bazen subjektif verilere dayalı imajlar ve bunu sağlayan tekrarlayıcı tanıtım kampanyalarıdır. (Crooks vd. 2011).

HEDEF 1: Kayseri'nin sağlık turizmi ve turizm alanında tanıtım ve pazarlama stratejisi geliştirilmesi

STRATEJİ 1: Kayseri'nin uluslararası mecralarda tanıtımının yapılması

SONUÇ : Kayseri'ye gelen sağlık turisti sayısının % 100 artması

EYLEM 1: Havaalanı Billboard Çalışması

Birincil hedef ülkelerden öncelikle Almanya ve / veya Hollanda'da gurbetçilerin yoğun olarak yaşadığı ve Kayseri'ye direkt uçuş gerçekleştiren illerin havaalanlarına Kayseri Sağlık Turizmine yönelik billboard çalışması yapılması önerilmektedir. Özellikle gurbetçilerin geldiği yaz aylarından birkaç ay öncesinden başlanması tavsiye edilir. Bu tanıtımda da önemli konulardan biri istikrarlı bir şekilde faaliyete devam edilmesidir.

Sorumlu Kurum: Kayseri Büyükşehir Belediyesi, ORAN Kalkınma Ajansı

Paydaşlar: ASTUDER

Vade: 2022 sonuna kadar

Performans göstergesi:

1 sene içerisinde;

Kayseri'ye gelen sağlık turisti sayısının % 5 artması

Hastanelerin sağlık turizmi tanıtım / pazarlama için ayırdıkları bütçenin % 50 artması

2 sene içerisinde;

İlan verilen ülkelerden Kayseri'ye 100'er kişiden fazla sağlık turisti gelmesi

www.healthtourismkayseri.com portal kanalı ile gelen turist sayısının % 15 artması

3 sene içerisinde;

Uluslararası Sağlık Turizmi birimi sahibi kurum sayısının % 5 artması

EYLEM 2: Hedef Kitlenin Çoğunluğunun Bulunduğu Mekanlarda Broşür Dağıtılması

Özellikle Türk gurbetçilerin ziyaret ettiği mekanların (kahvehane gibi) ve ibadet ettiği camilerin belirlenmesi ile cemaatin topluluk halinde zamanlarda (Cuma namazı, bayramlaşma gibi) Kayseri'de verilen sağlık hizmetlerini detaylı bir şekilde anlatan el broşürleri hazırlanarak toplulukla paylaşılabilir.

Sorumlu Kurum: Kayseri Büyükşehir Belediyesi, ASTUDER

Paydaşlar: Kayseri Ticaret Odası, Yurt Dışındaki Türk Dernekleri ve Vakıfları

Vade: 2022 sonuna kadar

Performans göstergesi:

2 sene içerisinde;

Kayseri'ye gelen sağlık turisti sayısının % 12-15 artması

Hastanelerin Sağlık turizmi pazarlama ve tanıtım bütçesinin % 200 artması

www.healthtourismkayseri.com portal için ayrılan tanıtım bütçesinin % 50 arttırılması

<http://healthtourism.gov.tr> portalında verileri güncel ve tam olan / Kendi çok dilli web portalı olan hastane sayısının % 5 artması

EYLEM 3: Kayseri Organize Sanayi Bölgesi ve Serbest Bölge ile İşbirliği Yapılması

Ülkemizin 10. büyük ihracat şehri olan Kayseri'den üreticiler 148 ülkeye ihracat gerçekleştirmektedirler. Dünya genelinde üretim şehri olarak bilinen ilin, sağlık turizmi alanında da etkin illerden biri olması için, Kayseri Büyükşehir Belediyesi Başkanlık nezdinde organize edilecek bir toplantı ile Kayseri Organize Sanayi Bölgesi ve Serbest Bölge' de bulunan firmalar ile küçük bir bilgilendirme toplantısı düzenleyerek

konu hakkında bilgi verilip tanıtım konusunda destekleri talep edilmelidir. Özellikle yapılabilecek en somut çalışma; Kayseri Sağlık Turizmini anlatan yabancı dilde ve Türkçe broşürler her ihracat kargosu / konteyneri içerisinde yurt dışına satılan ürün ile gönderilmelidir. Bu faaliyet birincil ve ikincil hedef ülkelerin her ikisi için de yapılabilir.

Sorumlu Kurum: Kayseri Büyükşehir Belediyesi, ASTUDER, ORAN Kalkınma Ajansı

Paydaşlar: Kayseri Sanayi Odası, Kayseri Serbest Bölge Müdürlüğü, Kayseri Organize Sanayi Bölge Müdürlüğü

Vade: 2022 sonuna kadar

Performans göstergesi:

Yurt dışında bulunan ihracat müşterilerinin sağlık turizmi alanında da dikkatlerinin çekilmesi.

1 sene içerisinde 2 kurumla işbirliği / protokol yapılması

2 sene içerisinde

1 yeni ülkeden daha sağlık turistinin gelmesi

Uluslararası Sağlık Turizmi birimi sahibi kurum sayısının % 5 artması

<http://healthtourism.gov.tr> portalında verileri güncel ve tam olan / Kendi çok dilli web portalı olan hastane sayısının % 5 artması

EYLEM 4: Kardeş Şehirler ile İşbirliği Çalışması

Büyükşehir belediyesinin kardeş şehirleri ile önceden görüşme yapılarak onların kendi şehirlerinde toplayacağı komünitelere online veya yüz yüze bir bilgilendirme toplantısı düzenlenip Kayseri Sağlık Turizmi ve şehrin olanaklarına dair seminer düzenlenmesi önerilmektedir.

Sorumlu Kurum: Kayseri Büyükşehir Belediyesi

Paydaşlar: İl Sağlık Müdürlüğü, ASTUDER

Vade: 2022 sonuna kadar

Performans göstergesi:

Mevcut işbirliklerini kullanarak yeni potansiyel sağlık turisti yaratılması

3 sene içerisinde;

2 kardeş şehir ile işbirliği yapılması,

500 sağlık turistine fiyat teklifi gönderilmesi,

www.healthtourismkayseri.com portalından gelen sağlık turisti sayısının % 10 artması

EYLEM 5: İl İçerisinde Bilgilendirmelerin Arttırılması

Sağlık turizmi alanında Kayseri'nin bir destinasyon olduğunu şehre gelen her turist / yabancıyı anlaması çok önemlidir. Bu fikirden hareketle il içerisinde bulunan bütün otellere İngilizce ve Türkçe broşürler bırakılacak ve her odaya konması rica edilecektir. Otellerle sağlık turizmi hizmet sağlayıcılarının işbirliği yapması sektörün ilerlemesi için şarttır. Sağlık turizmi ile her iki tarafın da kazanacağı otel sektöründe faaliyet gösteren hizmet sağlayıcılarına bir toplantı ile aktarılıp işbirliği teklif edilebilir.

Kayseri'ye direkt uçuş yapan havayolu şirketleri ile görüşerek belirli dönemlerde uçağın iç cebine Türkçe ve İngilizce broşür konulması teklif edilebilir.

Erkilet Havalimanı içerisinde İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nün alanı bundan sonra Erciyes A.Ş. tarafından kullanılacağı belirtilmiştir. Bu bilgi danışma alanı daha efektif kullanılabilir, çeşitli görseller konarak (Kayseri Sağlık Turizmi bannerı, yönlendirme ile info center işaret edilmesi gibi) yine bu alanda bilgi verilebilir.

Bütün bu bilgilendirme dokümanları içerisine maliyeti düşük bir paket eklenebilir. Örneğin Malezya Sağlık Turizmi web sitesinin ana sayfasında 190 Dolar'a check-up satılmaktadır. Broşürlerin içerisine daha uygun fiyata ön tanı / check -up gibi vakit almayacak ama devamında da hastanın gelmesine vesile olacak ya da en azından bir adım atılmasını sağlayacak küçük maliyeti düşük teklifler de eklenebilir.

Sorumlu Kurum: ASTUDER, Kayseri Büyükşehir Belediyesi

Paydaşlar: İlde bulunan bütün otel işletmeleri, ORAN Kalkınma Ajansı

Vade: 2022 sonuna kadar

Performans göstergesi:

2 sene içerisinde;

Kayseri sağlık turizmi bilinirliğinin halk arasında % 20 artırılması

Yerelde sağlık turizmi tanıtımı için ayrılan bütçenin % 10 artması

Uluslararası Sağlık Turizmi birimi sahibi kurum sayısının % 5 artması

<http://healthtourism.gov.tr> portalında verileri güncel ve tam olan / Kendi çok dilli web portalı olan hastane sayısının % 5 artması

5 sene içerisinde;

5 yıldızlı otel yatak sayısının % 5 artması

EYLEM 6: Havayolu Şirketleri ile Tanıtım Yapılması

Kayseri'ye gelen direkt yurtdışı uçuşları ve zamanları belirlenerek uçuşlar gerçekleştirilmeden 2-3 ay öncesinden başlayarak havayolu dergisinde reklam verilmesi ve konuyla ilgili dönem içerisinde dergi içerisinde röportaj basılması etkili bir tanıtım olacaktır. Direkt gelen uçak firmaları, uçuş yaptıkları bölgeler için ayrı dergiler bastırmadıkları için aslında Kayseri'ye direkt gelecek Türk diaporası için verilen tanıtım ve pazarlama ilanları havayolu firmasının bütün uçuşlarında müşterilerine sunulacağı için çarpan etkisi çok yüksek olan bir pazarlama faaliyeti gerçekleştirilecektir. Örneğin Pegasus Havayolları 2018 verilerine göre; 12,3 Milyon kişiyi misafir etmiştir. Aylık yaklaşık 1 Milyon kişinin yurtdışı uçuşu

gerçekleştirdiği düşünülürse, hedeflenen zamanda ulaşılabilecek kişi sayısının da ne kadar çok olacağı aşıkardır. Havayolu dergisi ilanları fayda - maliyet analizi yapıldığında ulaşılan kişi sayısı göz önünde bulundurulduğunda etkili olduğu belirlenmiştir.

Ayrıca havayolu firmaları ile görüşülerek baş konulan kısımlara (koltuk başlıklarına) reklam verilmesi de önemli bir tanıtım etkinliğidir. Bu tanıtım etkinliğinde de hepsinde olduğu gibi dikkat edilmesi gereken konu sürekli ve istikrarlı olunmasıdır. Dergi ilanları kısa dönemde koltuk başlıklarına reklam verilmesi ise bütçesel sebeplerden ötürü 2022 sonu - 2025 sonu aralığında gerçekleştirilebilir.

Sorumlu Kurum: ASTUDER, Kayseri Büyükşehir Belediyesi, ORAN Kalkınma Ajansı

Paydaşlar: İl Sağlık Müdürlüğü

Vade: 2025 sonuna kadar

Performans göstergesi:

1 sene içerisinde;

Sağlık kurumlarının sağlık turizmi için ayırdıkları tanıtım bütçesinin % 200 artması

2 sene içerisinde;

300 sağlık turistine hizmet fiyat teklifi gönderilmesi,

Kayseri'ye gelen sağlık turisti sayısının % 8 -12 artması

www.healthtourismkayseri.com portal için ayrılan tanıtım bütçesinin % 60 arttırılması

3 sene içerisinde;

Kayseri'de 5 yıldızlı otellerin yatak sayısının % 5 artması

Uluslararası Sağlık Turizmi birimi sahibi kurum sayısının % 7 artması

EYLEM 7: Televizyon Reklamları Verilmesi

Televizyon için bir reklam çalışması yapıp hedef ülkelerde yayın yapan Türk kanallarına TRT Türk, NTV Avrupa, Show Türk, ATV Avrupa, Euro D vb. reklam verilmelidir. Bu yöntem sosyal medya ve google adwords çalışmasına göre çok daha yüksek bütçe gerektirecektir. Her türlü pazarlama çalışmasında olduğu gibi olumlu geri dönüş alabilmek için televizyona reklam verme konusunda da belirli bir süre istikrarlı bir şekilde kampanyayı yürütmek şarttır.

Ayrıca gurbetçi vatandaşlarımızın izlediği TV kanalları belirlenerek bu kanallarda yer alan sağlık programları Kayseri'ye davet edilerek Kayseri sağlık turizmi ve hastanelerimiz hakkında program yapılmalıdır. Ülkemizde yurtdışı hasta sayısı çok yüksek olan ulusal ve uluslararası bilinirliğe sahip zincir hastaneler yıllardır bu tanıtım yolunu istikrarla devam ettirmişlerdir.

Sorumlu Kurum: Kayseri Büyükşehir Belediyesi ve ASTUDER, ORAN Kalkınma Ajansı

Paydaşlar: Özel ve kamu hastaneleri ile sağlık kurumları

Vade: 2022 sonu - 2025 sonu aralığı

Performans göstergesi:

1 sene içerisinde;

300 sağlık turistine fiyat teklifi iletilmesi,

<http://www.healthtourismkayseri.com> aracılığı ile 100 sağlık turistinin hizmet alması

Kayseri'ye gelen sağlık turisti sayısının % 10 artması

Kayseri Sağlık turizmi reklamlarının yurtdışında yayın yapan 5 TV kanalında yayınlanması

Sağlık turizmi yetki belgeli kurumların pazarlama / tanıtım bütçelerinin 2 sene içerisinde % 100 artması

www.healthtourismkayseri.com portal için ayrılan tanıtım bütçesinin % 50 arttırılması

2 sene içinde;

Uluslararası Sağlık Turizmi birimi sahibi kurum sayısının % 5 artması

www.healthtourismkayseri.com portal için ayrılan tanıtım bütçesinin % 60 arttırılması

EYLEM 8: Radyo Reklamları

Gurbetçiler tarafından en çok dinlenen radyolar belirlenebilir. Pek çok radyo artık internet üzerinden yayın yaptığı için erişilebilir radyo kanalı çok artmıştır. İnternette kısa bir araştırmayla çok sayıda kanala ulaşılabilmektedir. Bu kanallar belirlenerek reklam verilmesi tavsiye edilmektedir.

Sorumlu Kurum: Kayseri Büyükşehir Belediyesi, ORAN Kalkınma Ajansı

Paydaşlar. ASTUDER

Vade: 2022 sonu - 2025 sonu aralığı

Performans göstergesi:

1 sene içerisinde;

www.healthtourismkayseri.com portal için ayrılan tanıtım bütçesinin % 30 arttırılması

<http://www.healthtourismkayseri.com> aracılığı ile 50 sağlık turistinin hizmet alması

Kayseri'ye gelen sağlık turisti sayısının % 5 artması

Kayseri sağlık turizmi tanıtımının yurtdışında yayın yapan 3 radyo kanalında yayınlanması

Kayseri'de sağlık turizmi alanında hizmet veren kurumların sağlık turizmi tanıtım / pazarlama bütçelerinin % 10 artması

EYLEM 9: İş Adamı Dernekleri ile İletişim Kurulması

MUSİAD, Kayseri Genç İş Adamları Derneği, TÜMSİAD, KAYSİAD gibi iş hayatına yönelik faaliyetlerine devam eden sivil toplum kuruluşları ile bir araya gelerek birlikte çalışma fırsatlarını konuşmak ve araştırmak önemli bir fırsattır. Bu derneklerin yurt dışında bağlantılı oldukları dernek ve heyetlere Kayseri Sağlık Turizmi için kapsamlı bir tanıtım yapmak, ziyarete gelen heyetlere Kayseri Sağlık Turizmi' ne dair bilgilendirme gerçekleştirmek potansiyeli olan bir pazarlama ve tanıtım faaliyetidir. Bu faaliyet birincil ve ikincil hedef ülkelerin her ikisi için de yapılabilir.

Sorumlu Kurum: Kayseri Ticaret Odası, Kayseri Büyükşehir Belediyesi, ORAN Kalkınma Ajansı

Paydaşlar: Kamu ve Özel hastaneler ve sağlık kuruluşları, ASTUDER, İlde faaliyet gösteren İş Adamları Dernekleri

Vade: 2022 sonu - 2025 sonu aralığı

Performans göstergesi:

1 sene içerisinde 1 işadamları derneği ile işbirliği / protokol yapılması,

2 sene içerisinde; Kayseri'ye gelen sağlık turisti sayısının % 5-7 artması

3 sene içerisinde; 1 farklı ülkeden en az 30 sağlık turistinin Kayseri'de tedavi edilmesi

EYLEM 10: Uluslararası Fuarlara Katılım

Fuarlara katılmak; tanıtım ve pazarlama için atılması gereken en önemli adımlardan biridir. Pazarda bulunan diğer aktörlere de varlığını bildiren fuar etkinlikleri ile bölgenin ve verilecek hizmetin tanıtımı daha etkin tanıtılacaktır. Yapılan çalışmaların % 80 gibi büyük bir çoğunluğunda, sağlık turizmi alanında öne çıkan ülkeler / firmalar **ITB Berlin** fuarından katıldıkları belirtilmiştir. Ayrıca Kayseri Kayak Turizmi'nin tanıtılması için de Erciyes A.Ş. 4 senedir, kendi hedef müşteri grubuna uygun olarak **MITT Moskova, UITT Kiev, ATM Dubai, ITB Berlin Fuarlarına** katıldıklarını belirtmişlerdir. Kayseri'de Uluslararası Sağlık Turizminin tanıtımı ve pazarlaması için **ITB Berlin fuarı kesinlikle önerilmektedir**. Bu fuarların hepsi T.C. Ticaret Bakanlığı tarafından bireysel katılımların desteklendiği fuarlara arasında yer almaktadır. Fuar katılımlarında, bireysel katılımlara ilişkin katılım giderleri ile en fazla iki temsilcisinin ekonomi sınıfı gidiş-dönüş ulaşım masrafları %50 oranında ve etkinlik başına en fazla 15.000 ABD Doları desteklenmektedir (T.C.Ticaret Bakanlığı Döviz Kazandırıcı Hizmet Ticaretinin Desteklenmesi Hakkında Karar Madde 21). Bu faaliyet birincil ve ikincil hedef ülkeler ile diğer ülkelerden de sağlık turisti gelmesine vesile olacak bir faaliyettir.

Sorumlu Kurum: ASTUDER, Kamu ve özel hastaneler ile sağlık kurumları

Paydaşlar: ORAN Kalkınma Ajansı

Vade: 2022 sonu - 2025 sonu aralığı

Performans göstergesi:

2 sene içerisinde;

Uluslararası 2 fuara katılım,

Aracı kurumların dikkatini çekerek ile gelecek sağlık turisti sayısının % 15 - 20 artırılması,

ASTUDER ile 1 aracı kurum arasında anlaşma yapılması

EYLEM 11: Yurtdışında Faaliyet Gösteren Kayseri Dernekleri ve Vakıfları

Özellikle gurbetçilerin yoğun bir şekilde yaşadığı ülkelerde anavatanla olan bağlarını güçlendirmek için pek çok dernek ve vakıf kurulmuştur. Bu vakıf ve dernekler ile iletişime geçilip olası işbirliği fırsatlarını, oradaki potansiyel tanıtım ve pazarlama faaliyetlerini değerlendirmek için adımlar atılmalıdır. Kayseri sağlık turizmi adına bir temsilci belirlenerek önceden yapılmış bir görüşme planı ve rota dahilinde bu kurumların komünitelerine sağlık turizmi tanıtımı yapılması önerilir. Gerçekleştirilecek olan bir etkinliği var ise derneğin / vakfın; sponsor olmak, etkinlikte topluluğa Kayseri'deki sağlık turizmi alanındaki imkanlardan bahsetmek ve belki de devamında o etkinlikte bulunanlar için özel bir indirimde bulunmak bulunmaz bir pazarlama etkinliği olabilir.

Sorumlu Kurum: Kayseri Büyükşehir Belediyesi

Paydaşlar: İl Sağlık Müdürlüğü, ASTUDER, kamu ve özel hastaneler ile sağlık kurumları, Yurt dışında bulunan Türk Dernek ve Vakıfları

Vade: 2022 sonu - 2025 sonu aralığı

Performans göstergesi:

2 sene içerisinde;

Kayseri'ye gelen sağlık turisti sayısının % 5 - 7 artması

3 sene içerisinde;

İrtibat kurulan ve ziyaret edilen yurtdışında faaliyet gösteren 6 dernek / vakıf

Uluslararası Sağlık Turizmi kapsamında Kayseri'de ağırlanan 2 heyet

Yurtdışında gerçekleştirilen 2 organizasyona katılım sağlanması

EYLEM 12: Tıbbi bir başarının ulusal ve uluslararası basında paylaşılması

Erciyes Üniversitesinde gerçekleştirilen kök hücre nakli bu konuda kullanılabilecek en önemli başarılarından biridir. Erciyes Üniversitesi Tıp Fakültesi; Genom ve Kök Hücre Merkezi'ne sahip **Türkiye'nin ilk üniversitesi**, Erişkin Kemik İliği Transplantasyon Merkezi JACIE (Joint Accreditations Committee of ISCT and EBMT) tarafından akredite edilmiş **Türkiye ve Dünya standartlarında kamu hastanelerinde bir ilk olması**, Çocuk Kemik İliği Transplantasyon Merkezi, JACIE (Joint Accreditations Committee of ISCT and EBMT) tarafından akredite edilmiş, Avrupa ve Dünya standartlarında Türkiye'de JACIE sertifikası olan **ilk ve tek örnek olması** tanıtım yapılması gereken büyük başarılardır.

Kayseri Eğitim ve Araştırma Hastanesi; ise böbrek nakli Merkezi Faaliyet İzin Belgesi alan Erciyes Üniversitesi Hastanesi'nden sonra ilk kurumdur.

İlimizde Erciyes Üniversitesi Tıp Fakültesi Hastanesi ve Kayseri Eğitim ve araştırma Hastanesi dışında hiçbir sağlık kurumunda nakil merkezi faaliyet izin belgesi bulunmamakta olup; her iki kurum da Böbrek

Nakil Merkezi Faaliyet izin Belgesi sahibidir. Aynı zamanda Erciyes Üniversitesi Tıp Fakültesi Hastanesi Karaciğer Nakil Merkezi Faaliyet Yetki Belgesi için T.C. Sağlık Bakanlığı'na başvuru dosyasını sunmuş değerlendirme sonucunu beklemektedir. Kayseri Sağlık Turizmi; **Organ ve Doku Nakil** alanında tıbbi başarılarını kamuoyu ile paylaşarak ulusal ve uluslararası basında yayınlanmasını sağlayarak alanında bilinirliğini artırmak açısından oldukça önemlidir. Bu faaliyet birincil ve ikincil hedef ülkelerin her ikisinden de gelen sağlık turisti sayısında muhakkak artış sağlayacaktır.

Sorumlu Kurum: ASTUDER, İl Sağlık Müdürlüğü, Erciyes Üniversitesi Tıp Fakültesi Hastanesi, Kayseri Şehir Eğitim ve Araştırma Hastanesi

Paydaşlar: Kamu ve özel hastaneler, ORAN Kalkınma Ajansı

Vade: 2022 sonu - 2025 sonu aralığı

Performans göstergesi:

1 sene içerisinde;

Ulusal basında Kayseri sağlık sektörü ve tıbbi başarısı alanında yayınlanmış 20 haber

Uluslararası basında Kayseri Sağlık Turizmi alanında yayınlanmış 10 haber

Uluslararası Sağlık Turizmi birimi sahibi kurum sayısının % 3 artması

Sağlık turistinin ilgisinin çekilmesi ve talebin % 15 - 17 artması

500 sağlık turistine fiyat teklifi gönderilmesi

5 farklı ülkeden gelen sağlık turisti sayısının % 5 oranında artması

Uluslararası sağlık turizmi biriminde çalışan yabancı dil bilen personel sayısının % 5 artması

2 sene içerisinde;

Toplam 20 farklı ülkeden sağlık turisti gelmesi

EYLEM 13: Uluslararası Kongre ve Toplantılar Düzenlenmesi

İlaç şirketlerinin ilgili birimleri ile iletişime geçilerek yapacakları özellikle uluslararası toplantılarda Kayseri'yi tercih etmeleri için ön görüşmeler yapıp şehrin konaklama ve kongre turizmi imkanlarına yönelik detaylı bilgi sunulabilir. Kayseri şehir merkezine alternatif olarak daha küçük organizasyonlar için Erciyes bir cazibe merkezi olarak ön plana çıkarılabilir.

Sorumlu Kurum: Kayseri Büyükşehir Belediyesi, ASTUDER

Paydaşlar: İl Sağlık Müdürlüğü, Kayseri Ticaret Odası, ORAN Kalkınma Ajansı

Vade: 2022 sonu - 2025 sonu aralığı

Performans göstergesi:

Kayseri sağlık turizmi potansiyeli konusunda sektörün kendi içerisinde ve uluslararası arenada farkındalığın artırılması ve tanıtılmasının sağlanması.

3 sene içerisinde düzenlenmiş 1 uluslararası Kongre / toplantı

Ulusal ve Uluslararası basında düzenlenen etkinlik ile ilgili yapılmış 20 haber

EYLEM 14: Roadshow ile Tanıtım Yapılması:

Yapılan araştırmalarda Malezya'nın Road Show tanıtım ile sağlık turisti sayısını arttırdığı bilgisine ulaşılmıştır. Pazarlama faaliyetlerinin başlangıcında değil, zaman içerisinde gelen gurbetçi sağlık turisti sayısı artınca tahminen 2 sene sonunda özellikle gurbetçilerin yaşadığı hedeflenen ülkelere yönelik roadshow yapılması önerilmektedir. Roadshow etkinliğinde tercihen bir tır etkinliğinin logosu ve sloganı ile giydirilecek, gerçekleştirilecek ülkeden, ilden ve bölgeden gerekli izinler alınarak seyahate ön tanı yapabilecek kişilerin de olduğu bir grupla yola çıkılmalıdır. Yapılacak etkinlikte ziyaret edilen şehirlerde barkovizyon kurularak arkada tanıtım filmi, hastanelerden ve yapılan operasyonlardan kısa görüntüler gösterilmeli, hijyenik küçük alanlar oluşturularak yapılabilirse kısa ön tanılar talep eden kişilere yapılmalı, tanıtım broşürleri dağıtılmalıdır. Bu etkinliğin geri dönüşü takip edilerek sonraki senelerde ikincil hedef ülkelerde belirlenen şehirlerde gerçekleştirilebilir.

Sorumlu Kurum: ASTUDER, kamu ve özel hastaneler ile sağlık kurumları

Paydaşlar: Kayseri Ticaret Odası, Kayseri Büyükşehir Belediyesi, İl Sağlık Müdürlüğü

Vade: 2022 sonu - 2025 sonu aralığı

Performans göstergesi:

2 sene içerisinde:

3 ülkenin road show ile ziyaret edilmesi,

Kayseri'ye gelen sağlık turisti sayısının % 10 - 15 artması,

500 sağlık turistine sağlık hizmeti fiyat teklifi gönderilmesi

Uluslararası sağlık turizmi biriminde çalışan yabancı dil bilen personel sayısının % 3 artması

A grubu işletme belgesine sahip acente sayısının 1 artması

Kayseri'de hastanelerde uygulanan tedavi sayısının % 2 artması

Yurtdışında sağlık turizmi alanında düzenlenen 1 organizasyona katılım sağlanması

EYLEM 15: Yurtdışında Ön Tanı Merkezi Açılması

Araştırmalarda da görülmüştür ki; ön tanı merkezi çalışması sağlık turistlerinin tercihinde önemli bir rol oynamaktadır. İncelenen örneklerde; Kore'nin Koreli ikinci kuşak vatandaşlarından dolayı Yeni Zelanda'ya ön tanı ve pazarlama merkezi açtığı önemli bir örnektir.

Kayseri Sağlık Turizmi için yapılacak çalışmalarda; Birincil Hedef olarak belirlenen ülkeler içerisinde birine, özellikle de ulaşımın Avrupa Birliği üyesi ülkeler arasında daha kolay ve hızlı olması, seyahat sırasında vatandaşların vize problemi yaşamamasından dolayı bir Avrupa ülkesine ön tanı yapılabilecek tedavilerden bir & birkaçı için ön tanı merkezi kurulabilir. USHAŞ'ın raporları incelendiğinde Ukrayna'ya ön tanı merkezi kurmayı planladığı, Dünya Göz Hastanesi'nin Köln - Almanya'da ön tanı merkezi olduğu bilinmelidir. Ön tanı merkezi açılması konusunda; Macaristan ve Polonya'nın da dış tedavisi için Avrupalılar tarafından tercih edildiği, gününbirlik seyahatleri ile dış sağlığı hizmeti olarak ülkelere döndükleri de gözden kaçırılmamalıdır. Bu ülkeleri tercih eden kitle ise ilimizin öncelikli hedef ülke ve şehirlerinde yaşayan kesim olsalar da uyruklarından dolayı öncelikli hedef kitlemiz arasında değildir ancak üzerinde düşünülmesi gereken bir durumdur. Başlangıçta maliyet düşürülmesi ve talebin gözlenmesi için özel ve dahil olmak isteyen kamu hastaneleri ve sağlık hizmeti sağlayıcıları bir araya gelerek bir ön tanı merkezi kurabilirler. Zaman içerisinde talebin artması ile yurtdışında yaşayan bir gurbetçi vatandaşımız ile anlaşarak iş devredilebilir ve ön tanı merkezinin yeni sahibi ve idarecisi olacak olan firma komisyon karşılığı ön tanı yaparak hasta yönlendirerek bir gelir elde ederken ön tanı merkezinin maliyetlerini de üstlenebilir. Ön tanı merkezi açılması sırasında; İl Sağlık Müdürlüğü sağlık turistlerinin hizmet aldığı tanı dağılımlarından da faydalanılması gereklidir. Kurulacak olan ön tanı merkezinde öncelikle diş, göz ve kadın doğum alanlarının birince ve/veya hepsinde olması önerilmektedir.

Sorumlu Kurum: ASTUDER, İl Sağlık Müdürlüğü, Kayseri Ticaret Odası, ORAN Kalkınma Ajansı

Paydaşlar: Ön tanı merkezi açmak isteyen sağlık hizmeti sağlayıcı kurumlar, kamu ve özel hastaneler

Vade: 2022 sonu - 2025 sonu aralığı

Performans göstergesi:

1 sene içerisinde;

Ön tanı merkezi açılması için fizibilite çalışmasının hazırlanması,

Yurtdışında sağlık turizmi alanında düzenlenen 1 organizasyona katılım sağlanması

3 sene içerisinde;

Kayseri'de yer alan A grubu işletme belgesine sahip acente sayısının % 5 artması

5 sene içerisinde;

1 ülkede ön tanı merkezi açılması,

Ön tanı merkezi açılan ülkeden 500 sağlık turistinin Kayseri'den sağlık hizmeti alması,

Kayseri'ye gelecek sağlık turisti sayısının % 20 - 25 artması,

<http://healthtourism.gov.tr> portalında verileri güncel ve tam olan / Kendi çok dilli web portalı olan hastane sayısının % 5 artması

Uluslararası Sağlık Turizmi Biriminde çalışan yabancı dil bilen personel sayısının % 5 artması

EYLEM 16: Yurtdışında Bulunan T.C. Büyükelçilikleri, Konsolosluklar ve Türk Ticaret Ataşelikleri ile Görüşme

T.C. Dış Ticaret Bakanlığı'na bağlı yurt dışında bulunan Büyükelçilik, Konsolosluk ve Ticari Ataşeliklerle görüşerek Kayseri'nin alternatif bir sağlık turizmi destinasyonu olduğu aktarılmalı, ildeki potansiyelden bahsedilmesi ve destekleri; fikir ve önerileri talep edilmelidir. Büyükelçilik ve konsolosluktan ziyade ticaret ataşeliklerinin daha etkin destek olabileceği bir ihtimaldir. Öncelikle birincil öncelik hedef ülkelerdeki görevlilerden başlanması önerilir. Bilgimiz dışında olan kaçırılan bir topluluk, vakıf, dernek gibi konularda bilgi alınabilir. Hedef kitlemizin daha çok nerede bulunabileceği hakkında detaylı bilgi edinilebilir. Çalışmaların basında yer alması konusunda destek verebilirler ve yerelde bulunan Türk diasporasının takip ettiği basın ile iletişime geçilmesinde yardımcı olabilirler.

Sorumlu Kurum: ASTUDER; Kayseri Büyükşehir Belediyesi

Paydaşlar: İl Sağlık Müdürlüğü, ORAN Kalkınma Ajansı

Vade: 2022 sonu - 2025 sonu aralığı

Performans göstergesi:

1 sene içerisinde yurtdışında bulunan 5 kurumla,

3 sene içerisinde;

15 kurumla iletişime geçilmesi,

Kayseri'nin sağlık turizmi alanında tanınırlığının % 25 artması

5 sene içerisinde;

Yurtdışında sağlık turizmi alanında düzenlenen 5 organizasyona katılım sağlanması

EYLEM 17: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı ile İletişime Geçilmesi

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı ile iletişime geçilerek yurtdışında yaşayan Türk diasporası hakkında detaylı bilgi talep edilmelidir. Edinilecek bilgi sonraki hedef ülkeleri belirtecek belki de hedef ülkeleri değiştirilmesi genişletilmesini sağlayacaktır.

Sorumlu Kurum: ASTUDER, İl Kültür Turizm Müdürlüğü

Paydaşlar: Kayseri Büyükşehir Belediyesi, ORAN Kalkınma Ajansı

Vade: 2022 sonu - 2025 sonu aralığı

Performans göstergesi:

1 sene içerisinde kurumla iletişime geçilmesi

5 sene sonunda 10 farklı ülkeden toplam 3000 sağlık turistinin gelmesi

EYLEM 18: Hedef Ülkelerden Bir Ünlünün Tedavi Edilmesi

Sağlık turistlerinin hizmet alacağı kuruma güvenmesi, daha önce kurumun bildikleri biri tarafından tecrübe edilmiş olması tercihlerini olumlu yönde etkileyen en önemli etkenler arasındadır. Aynı şekilde kendi ülkelerinde bildikleri bir kişinin de tecrübesi tercih edilme ve talep konusunda olumlu etkisi olacaktır. David Beckham'ın İtalyan Ligi'nde profesyonel futbol oyuncusu olduğu sırada Finlandiya'da ameliyat olması ülkedeki potansiyel konusunda tartışma konusu olmuş, İngiltere Prensi Charles'ın eşi Prenses Camilla'nın Hindistan'da SPA tatili yapmış olması talep patlamasına sebep olmuştur. Hedef kitlenin dikkatini çekmek için ünlü birinin sağlık hizmeti alması ve misafir edilmesi önemli bir pazarlama adımı olacaktır. Önerilen Birincil hedef ülkelerde öncelikle Almanya'da yaşayan, sosyal medyada etkisi ve özellikle Türk takipçi sayısı yüksek ve kitleleri etkileme gücü olan bir kişinin ilimizde sağlık hizmeti operasyonu geçirmesidir. Bu eylemde tercihen; EYLEM 1'de önerilen influencer'ın hedef kitlesinin dışında daha farklı bir gruba hitap eden bir kişinin seçilmesi daha uygun olacak ve daha fazla çarpan etkisi sağlanacaktır. Bu faaliyet birincil ve ikincil hedef ülkelerin her ikisi için de sağlık turisti sayısında artış sağlayacaktır.

Sorumlu Kurum: ASTUDER

Paydaşlar: Kamu ve özel hastaneler ile sağlık kurumları, Kayseri Büyükşehir Belediyesi

Vade: 2025 sonu - 2030 sonu aralığı

Performans göstergesi:

1 sene içerisinde;

1 ünlünün Kayseri'de tedavi edilmesi,

Kayseri sağlık turizmi konusunda ulusal ve uluslararası basında yayınlanmış 30 haber, Kayseri'ye gelen sağlık turisti sayısında % 15 - 17 artış

3 sene içerisinde;

2 yeni ülkeden sağlık turistinin tedavi edilmesi

A grubu işletme belgesine sahip acente sayısının % 5 artması

EYLEM 19: İlin uluslararası etkinliklerde Sağlık Turizmi Alanında Ödül Alması

Sağlık Turizmi alanında düzenlenen ve/veya düzenlenecek uluslararası herhangi bir etkinlikte ödül alınması ilin ön plana çıkmasında çok etkili olacaktır. Araştırmalar doğrultusunda; Malezya'da sağlık sistemi son on yılda gücünü artırmıştır. Malezya, International Medical Travel Journal tarafından 2015 Tıbbi Gezi Ödülleri'nde ve 2014'ten beri üç yıl ard arda International Living'in Küresel Emeklilik Endeksi tarafından "Sağlık için Dünyanın En İyi Ülkesi" olarak "Yılın Sağlık ve Medikal Turizm Hedefleri" dalında ödül almıştır (Malezya Sağlık Hizmetleri Seyahat Konseyi, 2016). Alınan ödüller Malezya'nın sağlık turizmi alanında talebin artmasına destek olmuştur. İlimizin de konuyla ilgili her türlü etkinlikte yer alarak bir şekilde ödül alması, ulusal ve uluslararası basında konuyla ilgili yer alması önemli bir halkla ilişkiler çalışmasıdır. Bu konuyla ilgili yarışma / etkinliklerden hangisinin ilimiz için uygun olduğu belirlenen bir halkla ilişkiler hizmeti alınması ile sağlanması daha uygun olacaktır. Bulunacak olan

etkinliklerin hedef ülkelere yönelik olması dikkat edilmesi gereken önemli konulardan biridir. Bu faaliyet birincil ve ikincil hedef ülkelerin her ikisinden de gelen sağlık turisti sayısında artış sağlayacaktır.

Sorumlu Kurum: Kayseri Büyükşehir Belediyesi, ASTUDER

Paydaşlar: İl Sağlık Müdürlüğü, ORAN Kalkınma Ajansı

Vade: 2025 sonu - 2030 sonu aralığı

Performans göstergesi:

5 sene içerisinde;

Kayseri Sağlık Turizminin Uluslararası bir etkinlikten 1 ödül alması,

Kayseri Uluslararası Sağlık Turizmi alanında ulusal ve uluslararası basında çıkmış 20 haber,

Kayseri'ye gelen sağlık turisti sayısının % 10 - 15 artması

Sağlık Turizmi Yetki belgesi sahibi kurum sayısının % 10 artması

A grubu işletme belgesine sahip acente sayısının % 10 artması

Kayseri'de Uluslararası sağlık turizmi kapsamında ağırlanan 3 heyet

STRATEJİ 2: Görsel ve yazılı basının etkin kullanılarak Kayseri'nin Sağlık Turizmi merkezlerinden biri olarak tanıtılması

SONUÇ: Kayseri'ye gelen sağlık turisti sayısının % 15 artması

EYLEM 1: Ulusal Basınla İşbirliği

Ulusal basınla iletişime geçerek Kayseri'de sağlık turizmi alanında yapılan çalışmalar basın mensupları ile paylaşıldığında ülke çapında da Kayseri'nin sağlık turizminde öne çıkması sağlanabilir. Bu konuda daha önce röportajlar yapan, haber dosyası hazırlayan basın mensupları ile işbirliğinin marka bilinirliğine ciddi katkısı olacaktır. Ulusal basını takip eden yurtdışında yaşayan Türk vatandaşları için de önemli bir pazarlama ve tanıtım faaliyeti olacaktır.

Sorumlu Kurum: ASTUDER

Paydaşlar: İl Sağlık Müdürlüğü, Kayseri Ticaret Odası, Kayseri Büyükşehir Belediyesi

Vade: 2022 sonuna kadar

Performans göstergesi:

1 sene içerisinde;

1 ulusal basın heyetinin Uluslararası sağlık turizmi kapsamında ağırlanması,

Kayseri Uluslararası sağlık turizmi alanında ulusal ve uluslararası basında çıkmış 15 haber

2 Sağlık turizmi alanında çalışan acente ile işbirliğinin başlaması

STRATEJİ 3: İnternet ve sosyal medyanın sağlık turizmi konusunda etkin ve profesyonel kullanılması

SONUÇ: Sosyal medya pazarlama araçlarının kullanılması ile sağlık turisti sayısının % 15 artması

EYLEM 1: İnternet ve Sosyal Medya Pazarlama Araçlarının Etkin Kullanılması

Yukarıda belirtilen birincil ve ikincil öncelikli hedef ülkelere yönelik Google Adwords, sosyal medya (Facebook ve Instagram), LinkedIn ve Youtube reklamları ile bu konuda uzman bir profesyonelden destek alınarak pazarlama ve tanıtım kampanyası yürütülebilir. Sosyal medya reklamları geleneksel reklam (offline) araçlarına göre daha düşük bütçeli olup çok sayıda kişiye erişim imkanı sağlar. Tanıtım kampanyasının hedefine ulaşabilmesi için en az bir yıllık planlama yapılarak gerçekleştirilmesi önerilmektedir.

Gönderi paylaşım sıklığı, paylaşılacak konular ve promosyonu yapılacak gönderiler genel bir taslakla belirlenerek sosyal medya hesaplarının daha fazla etkileşim alması sağlanmalıdır. İlâveten <http://www.healthtourismkayseri.com/en> sitesinin trafiğinin artması, sağlık turistlerinin sağlık kuruluşlarından alacakları teklif sayısının artmasını sağlayacaktır. Sosyal medyada yapılacak pazarlama çalışmalarında **Facebook Business Manager** uygulaması muhakkak kullanılarak ulaşılmak istenen hedef kitlesi spesifik olarak belirlenebilir. Buraya aktarılacak bütçeden maksimum verim alınabilmesi için hedef kitlenin net ve doğru tanımlanabilmesi önemli bir noktadır.

Sosyal medya için influencer olarak tanımlayabileceğimiz çok sayıda takipçisi olan kişilerle de işbirliği gerçekleştirilebilir. Özellikle birincil hedef ülkelerde yaşayan gurbetçi vatandaşlarımız arasından takipçi sayısı çok olan birinin tercih edilmesi etkili olacaktır. Öneri; bu kişi gurbetçi ve Avrupa'da faal olan bir futbol kulübünde aktif oynayan bir sporcu seçilmesi ve/veya bir haber veya program sunucusu büyük bir çarpan etkisi yaratacaktır. Seçilen kişinin Kayseri'de misafir edilmesi, bir operasyon gerçekleştirilmesi ve bunu sosyal medya hesabından paylaşması, basında da haber olarak yansımaları ilin sağlık turizmi alanında adının duyulması ve sağlık turistlerinin tercihlerine olumlu etkileyeceği aşikardır. Bu konuda çalışan bir sosyal medya ajansından doğru kişinin / kişilerin bulunması için hizmet alınması gerekmektedir.

Sosyal medya hesabı paylaşımlarında ya sadece İngilizce ya da İngilizce ve Türkçe aynı anda kullanılmalıdır.

Sorumlu Kurum: Kayseri Büyükşehir Belediyesi

Paydaşlar: Kayseri İl Sağlık Müdürlüğü, ASTUDER, özel ve kamu hastaneleri ve sağlık kurumları

Vade: 2022 sonuna kadar

Performans göstergesi:

1 sene içerisinde;

Kayseri'nin ve sunduğu sağlık hizmetlerinin bilinirliğinin artması.

Potansiyel hizmet alacak kişilerde farkındalık oluşturulması,

www.healthtourismkayseri.com web portal kanalı ile tedavi edilen uluslararası hasta sayısının % 10 artması.

EYLEM 2: Health Tourism Kayseri Web Sitesi

Kayseri Health Tourism web sitesi içine site ziyaretçilerinin anında bilgi alabilmesi için canlı sohbet kısmı eklenebilir. Bir ziyaretçi siteye geldiği anda otomatik bir mesaj ziyaretçiye hemen gidebilir. “Sitemizi ziyaret ettiğiniz için teşekkür ederiz. Size yardımcı olabileceğimiz bir konu varsa buradayız” gibi.

Web sitesinde About Us/Hakkımızda kısmı güncellenerek menünün altına “Partners/Ortaklar” kısmının eklenmesi tavsiye edilir. Kayseri’de sağlık turizminde iş ortağı olarak görülen ve kolektif çalışılan kurumları bu bölümde ayrıca belirtmekte fayda vardır.

Türkiye’nin sağlık turizminde Dünya’da genel olarak iyi bir konuma sahip olması – hemen hemen yapılan tüm listelerde ilk 10’da- Kayseri için de önemli bir avantajdır. About Us/Hakkımızda menüsünün altına Health Tourism in Turkey alt menüsünü ekleyerek Türkiye’nin sağlık turizmindeki yeri, başarı öyküleri, ziyaret eden sağlık turisti sayısı gibi veriler eklenerek ülkemizin bu alandaki başarısına vurgu yapılabilir.

Yine “About Us/Hakkımızda” bölümünün alt menüsünde Kayseri’ye direkt uçuş gerçekleştiren havayolları, hangi destinasyonlardan uçuşların yapıldığı eklenebilir. Bir alt menu olarak vize işlemleri hakkında bilgi verilen bir açıklama eklenmesi tavsiye edilmektedir. Yine aynı şekilde vize işlemleri hakkında detaylı bilgi alabilecekleri bir resmi link de ayrıca paylaşılabilir.

Web sitesinin güncel ve sürekli canlı bir site olup ziyaretçi trafiğini arttırılabilmesi için “Blog” menüsü eklenerek şehirde sağlık turizmine yönelik gerçekleştirilen çalışmalar veya operasyonlar hakkında detaylı bilgi verilebilir. İçerik için kamu hastanelerinden ve özel hastanelerden, İl Sağlık Müdürlüğü’nden, ASTUDER’den destek alınması tavsiye edilmektedir. Blog’da paylaşılacak içeriklerin frekansı önceden bir plan dahilinde belirlenerek – ayda bir içerik hazırlayıp paylaşma gibi- bir plan dahilinde ilerlemesi sağlanabilir.

Kayseri’de gerçekleştirilen ve başarı oranı yüksek operasyonların tedavi ücretleri - fiyat aralıkları- diğer ülkeler ile karşılaştırılmalı bir tabloda verilerek potansiyel sağlık turistlerinin dönüşümü sağlanmış olacaktır. İncelenen Hindistan, Tayland ve Malezya örneklerinde hemen her durumda fiyat aralıkları belirtilmiş böylece sağlık turistinin tercih etmesi için etken oluşturulduğu görülmüştür.

Web sitesi içine teklif al butonu eklenerek sağlık turistini siteler arasında çok fazla gezdirmeden hızlı bir şekilde almak istediği tedavi için teklif alması sağlanabilir. Ayrıca kapsamlı check - up teklifi eklenebilir. Örneğin; Malezya’da her alanda telif alınabildiği gibi sadece check - up paketi de bulunmakta ve 190 Dolar bedel ile satışı gerçekleştirilmektedir.

Site içerisine Why Travel to Kayseri – Neden Kayseri’ye seyahat etmelisiniz menüsünün eklenmesi tavsiye edilmektedir. Bu alt menu sayesinde Kayseri’de;

- Hastanelerin kalite standartlarının yüksek olduğu
- Tedavilerde başarı oranlarının yüksek olduğu
- Uygun fiyata kaliteli hizmet alabilecekleri

- Bekleme sırasının olmadığı
- Seyahatleri için özel bir aşı vb. gerekmediği.
- Şehrin farklı kültürlerden kişilere karşı açık görüşlü ve saygılı olduğu
- Tedaviden sonra kalmak isteyenler için modern rehabilitasyon ve bakım hizmetlerine de sahip olduğu gibi konulara ayrıca tekrar değinilmelidir.

Web sitesi içinde ana sayfada Kayseri’de öne çıkan, sıkça yapılan ve başarı oranı yüksek birkaç operasyonu görsel olarak da ön plana çıkararak paylaşmak sağlık turistinin geri dönüşüm oranı için önemlidir. Site ziyaretçilerini en kısa sürede istediği tedaviye yönlendirmek önemli bir başarıdır.

Web sitesi içine Yorumlar/ Geri Bildirimler/ Feedbacks bölümü eklenerek Kayseri’de tedavi gören hastaların web sitesine yorum yapmaları hizmet aldığı sağlık kuruluşu tarafından özellikle rica edilerek ve yönlendirilerek muhakkak sağlanmalıdır.

Sorumlu Kurum: Kayseri Büyükşehir Belediyesi

Paydaşlar: İl Sağlık Müdürlüğü, ASTUDER, özel ve kamu hastaneleri ve sağlık kurumları

Vade: 2022 sonuna kadar

Performans göstergesi:

1 sene içerisinde;

Yer alan kurum sayısının % 10 artması,

Güncellenmiş kurum bilgilerinin bulunması,

www.healthtourismkayseri.com Web portalı kanalı ile gelen Uluslararası sağlık turisti sayısının % 10 artması

Kayseri’nin ve sunduğu sağlık hizmetlerinin bilinirliğinin artması,

Potansiyel hizmet alacak kişilerde farkındalık oluşturulması.

9.2. EĞİTİM VE İŞ GÜCÜ

HEDEF 1: Sektörde çalışan personellerin kapasitelerinin geliştirilmesi

STRATEJİ 1: Yabancı dil bilen personel sayısının artırılması

SONUÇ: Sağlık Turizmi Yetki Belgesi Sahibi kurumlarda çalışan / işbirliği yapılan yabancı dil bilen personel sayısının % 10 artması

EYLEM 1: Yabancı Öğrencilerle İşbirliği

Kayseri’de eğitimlerine devam eden yabancı öğrenciler ile bir araya gelip sağlık turizmi alanında çalışmak isteyen, kendi ülkelerinden hasta getirme potansiyeli bulunanlarla detaylı bir çalışma modeli

oluşturulup öncelikle sağlık turizmi ve Kayseri'nin sağlık turizminde sunduğu hizmetler için bir bilgilendirme/eğitim toplantısı düzenlenmelidir.

Yabancı öğrencilere ulaşmak için üniversite yöneticileri ile iletişime geçilmesi, Kayseri Uluslararası Öğrenci Derneği (KUDER) ile temas kurulması en etkili yöntem olacaktır.

Sorumlu Kurum: Kayseri Büyükşehir Belediyesi

Paydaşlar: ASTUDER, Erciyes Üniversitesi, Kayseri Üniversitesi, Kamu ve özel hastaneler ile sağlık kurumları

Vade: 2022 sonuna kadar

Performans göstergesi:

1 sene içerisinde;

Kayseri'yi iyi tanıyan en az 10 yabancı öğrenci ile işbirliği yapılması,

Bu öğrencilerin kendi ülkelerinden yönlendirdiği hastalar ile sağlık turisti sayısının % 5 artması

1 farklı ülkeden Uluslararası sağlık turizmi alanında hasta tedavi edilmesi

5 sene içerisinde;

Uluslararası sağlık turizmi alanında acente hizmeti veren kurum sayısının % 10 artması

İşbirliği yapılan öğrencilerin % 10'unun sağlık yetki belgesi sahibi kurumlar tarafından istihdam edilmesi

EYLEM 2: Kayseri'de İkamet Eden Yabancı Ülke Vatandaşları ile Bir Araya Gelinmesi

ORAN Kalkınma Ajansı Kayseri Sosyal Analiz Raporu'nda, yabancı şahısların Kayseri'de bulunma nedenleri incelendiğinde; çalışma için 8, 1879 kişinin öğrenim, 378 kişinin evlilikten dolayı buldukları belirtilmektedir (Kayseri İl Emniyet Müdürlüğü, 2014). Raporda 2014 verileri kullanılmış olup yeni güncel veriler Kayseri İl Emniyet Müdürlüğü'nden talep edilmelidir. 2014 senesi için belirtilen kişi sayısı ile 2265 kişiye ulaşılması mümkündür. Kayseri'de ikamet eden yabancı kişilerle görüşülerek işbirliği teklif edilebilir. Sağlık turistlerinin tercihlerinde kulaktan kulağa, tavsiye ve anadilde iletişim kurmanın da önemi bilindiğinden; ilimizde ikamet eden yabancıların, sosyal çevrelerinin kendi ülkelerinden sağlık turisti getirmeleri konusunda destek olmaları için işbirliği teklif edilmelidir. İlin sahip olduğu spor kulüpleri (HES Kablo Kayserispor ve Bellona Kayseri Basketbol) ile görüşülerek kulüplerde oynayan profesyonel oyuncular ve aileleri ile bir araya gelinerek ilin sağlık turizmi potansiyeli tanıtılmalı ve kendi ülkelerinde sağlık turizmi hizmeti alacakları yönlendirmeleri konusunda işbirliği teklif edilebilir. HES Kablo Kayserispor Futbol takımında şu anda 16, Bellona Kayseri Basketbol takımında 4 yabancı oyuncu bulunmaktadır. Hedef ülkelerin vatandaşları olan oyuncular önemli potansiyel olabilir; değerlendirilmelidir.

Sorumlu Kurum: ASTUDER, Kayseri Büyükşehir Belediyesi

Paydaşlar: Özel ve kamu hastaneleri ve sağlık kurumları, İl Emniyet Müdürlüğü, ilde bulunan spor kulüpleri

Vade: 2022 sonu - 2025 sonu aralığı

Performans göstergesi:

1 sene içerisinde;

Kayseri’de ikamet eden 5 yabancı ülke / çifte vatandaşlık sahibi kişi ile işbirliği yapılması

3 sene içerisinde;

Kayseri’ye gelen sağlık turisti sayısında % 10 artış,

A grubu işletme belgesine sahip acente sayısının % 10 artması.

9.3. SAĞLIK HİZMETİ ALTYAPI

HEDEF 1: Sağlık Turizmi Kurumlarının Kurumsal Kapasitesinin İyileştirilmesi

STRATEJİ 1: Kurum ve kuruluşların hizmet kalitesinin yükseltilmesi

SONUÇ: Kayseri’ye gelen sağlık turisti sayısının % 10 artması

EYLEM 1: Sağlık kurum ve kuruluşlarına standartların uygulanması

Sağlık kurum ve kuruluşlarında kaliteli hizmet sunumunun sağlanması amacıyla, hasta güvenliği, çalışan güvenliği, hasta memnuniyeti ve çalışan memnuniyetini esas alan sağlıkta kalite standartları ile bu standartların uygulanmasına ilişkin usul ve esaslarını belirlemek amacıyla T.C. Sağlık Bakanlığı’ Sağlık Hizmeti Kalitesinin Geliştirilmesi ve Değerlendirilmesine Dair Yönetmelik”i yayınlamıştır. Yönetmelik; teşhis, tedavi ve rehabilitasyon hizmeti ile koruyucu sağlık hizmeti sunan kamu ve özel tüm sağlık kurum ve kuruluşlarını kapsamaktadır. Sağlık kurumlarının hizmet kalitesinin yükseltilmesi amacıyla yönetmelikte belirtilen standartlara uygun hizmet vermeleri Uluslararası Sağlık Turizminin geliştirilmesi ve hizmet kalitesinin yükseltilmesi için uygulanmalıdır. Sağlık kurumları; Sağlıkta Kalite Standartları (SKS) sağlık kurum ve kuruluşlarında hasta ve çalışan güvenliği başta olmak üzere verimlilik, etkinlik, etkinlik, süreklilik ve zamanlılık gibi hedeflerin gerçekleştirilmesine yönelik geliştirilen standartlara göre değerlendirilecek ve hizmette standardizasyon uygulanmasına destek olunacaktır.

Sorumlu Kurum: İl Sağlık Müdürlüğü

Paydaşlar: Özel ve kamu sağlık kurumları & hastaneler, ASTUDER

Vade: 2025 sonu - 2030 sonu aralığı

Performans göstergesi:

1 sene içerisinde;

Sağlık turizmi alanında faaliyet gösteren 15 kurumun SKS kapsamında değerlendirilmesi

13 Kurumun değerlendirme sonucunda 85 puan üzerinde olması

EYLEM 2: Kurumların kurumsallaşma alanında adım atmalarının sağlanması

Resmi Gazete'nin 24 Haziran 2018 tarihli sayısında Bakanlar Kurulu'na yayımlanan 2018/11828 sayılı BKK ile "Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmelikte Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik" ile yeniden belirlenen KOBİ tanımına göre; 250 kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı veya mali bilançosundan herhangi biri 125 milyon Türk Lirasını aşmayan ekonomik birimler veya girişimler KOBİ olarak tanımlanmaktadır. Kayseri de yer alan sağlık kurumlarının ve Uluslararası Sağlık Turizmi kapsamında faaliyet gösteren kurumların büyük çoğunluğu KOBİ konumunda ve yerel işletmelerdir. Ülkemizde ve dünyada KOBİ ve / veya yerel işletmelerin en büyük problemlerinden biri kurumsallaşamama ve bu alanda kendilerini geliştirme ihtiyacı duymamalarıdır. Kurumsallaşma bulunmayan işletmeler; büyürken plansız ilerleme, insan kaynaklarını geliştirmeme ve yeterli değeri vermeme, iletişim problemleri yaşanması, kendi tanıtım stratejilerinde doğru iletişim kanallarının belirlenememesi, kurumsal kimliğin kamuoyunda yanlış yer edinmesi, iş tanımlarının ve görevlerin karışıklığı ve bunun işleyişe yansması gibi birçok problemle karşılaşabilmektedirler. Bunların yaşanmaması ve Sağlık turizmi alanında faaliyet gösteren işletmelerin kurumsal kapasitelerinin artması için kurumsallaşma alanında adım atmaları gerekliliktir. Bu alanda başlangıçta bir arada toplu olarak ilerleyen dönemler içerisinde bireysel olarak danışmanlık hizmeti alınmalıdır.

Sorumlu Kurum: ASTUDER

Paydaşlar: Özel ve kamu sağlık kurumları & hastaneler, sağlık turizmi alanında faaliyet gösteren kurumlar

Vade: 2022 sonu - 2025 sonu aralığı

Performans göstergesi:

2 sene içerisinde;

Uluslararası sağlık turizmi alanında yaşanan hukuki anlaşmazlık / adli problem sayısının % 60 azalması,

Uluslararası sağlık turizmi konusunda; Hukuki danışmanlık hizmeti alan kurum sayısının % 10 artması

Kurumsallaşma alanında danışmanlık hizmeti alan kurum sayısının % 20 artması

<http://healthtourism.gov.tr> portalında verileri güncel ve tam olan / Kendi çok dilli web portalı olan hastane sayısının % 5 artması

STRATEJİ 2: Sağlık kurum ve kuruluşlarının hizmet kalitelerinin belgelendirilmesi

SONUÇ: Kayseri'ye gelen sağlık turisti sayısının % 10 artması

EYLEM 1: Sağlık Kurumları Arasında Mükemmeliyet Merkezi Çalışması ile Derecelendirilmesi

Ülkemiz ve ilimiz ile en yakın olabilecek kültür ve özelliklere sahip sağlık turizmi destinasyonlarından Malezya'da da uygulanan buna benzer derecelendirme ile hastanelerin veya hizmet sağlayıcı kuruluşların uzman oldukları, öne çıktıkları branşlar belirlenmiş ve mükemmeliyet merkezi gibi isimlendirilmiştir. Bu çalışma gelecek olan sağlık turistinin de hizmeti alacağı yer konusunda bilgi edinmesine ve ilde hizmet sağlayıcıların belirli bir değerlendirmeye tabii oldukları konusunda güven telkin etmek için önemli bir çalışma olacaktır. Bağımsız bir kurum / özel kuruluş tarafından gerçekleştirilmesi gereken çalışmada hastanelerin fiziki puanlanması, misafirlerin hizmet aldığı alanların ve odaların sunduğu imkanlar (internet, TV, telefon gibi), çalışan hekim sayısı, genel yapısı, medikal servisleri, hekimlerin tecrübesi gibi konuların yanı sıra konuyla ilgili sağlık otoritelerinin fikirleri ile ilerlenerek kriterler belirlenmelidir.

Sorumlu Kurum: Sağlık İl Müdürlüğü

Paydaşlar: Kayseri Büyükşehir Belediyesi, ASTUDER

Vade: 2022 sonu - 2025 sonu aralığı

Performans göstergesi:

6 ay içerisinde;

Sağlık Turizmi Mükemmeliyet Merkezi kriterlerinin belirlenmesi,

1 sene içerisinde;

Kriterler çerçevesinde sağlık turizmi alanında kurumların değerlendirilmesi

Kayseri'ye gelen sağlık turisti sayısının % 5 artması

Kayseri'deki hastanelerde uygulanan tedavi sayısının % 5 artması

<http://healthtourism.gov.tr> portalında verileri güncel ve tam olan / Kendi çok dilli web portal olan hastane sayısının % 5 artması

3sene içerisinde;

Mükemmeliyet merkezi değerlendirme neticesinde 80 puan ve üstü alan 4 sağlık kurumu olması

Kayseri'deki hastanelerde uygulanan tedavi sayısının % 10 artması

EYLEM 2: Sağlık kurumlarının uluslararası geçerliliği olan belgeleri almaları için çalışmaların yürütülmesi

İl Sağlık Müdürlüğü (2019) verilerine göre ilimizde 3 **kamu ve devlet hastanesi**, 13 **özel hastane** ve 17 **diş polikliniği** ile 4 **estetik polikliniği bulunmaktadır** Toplam 37 sağlık hizmeti sağlayıcısından 15 **tanesinin Sağlık Turizmi Yetki Belgesi** ve 1 **tanesinin de JCI belgesi** bulunmaktadır. İlin Sağlık Turizmi alanında öne çıkması için Sağlık Turizmi yetki belgesi ve / veya JCI gibi uluslararası akreditasyona sahip belgelerin sayısının artması için kurumların çalışması gerekmektedir.

Sorumlu Kurum: İl Sağlık Müdürlüğü, Özel ve kamu sağlık kurumları & hastaneler

Paydaşlar: ASTUDER

Vade: 2025 sonu - 2030 sonu aralığı

Performans göstergesi:

2 sene içerisinde;

Akredite belge sahibi kurum / kuruluş sayısının % 15 artması

<http://healthtourism.gov.tr> portalında verileri güncel ve tam olan / Kendi çok dilli web portalı olan hastane sayısının % 10 artması

STRATEJİ 3: Sağlık kurum ve kuruluşlarının hizmet altyapısının iyileştirilmesi

SONUÇ: Kayseri'ye gelen sağlık turisti sayısının % 10 artması

EYLEM 1: Sağlık Kurumlarının Web Sitesinin Geliştirilmesi

Kayseri'de sağlık hizmeti veren kurumlar ile birlikte sağlık turizmi konusunda faaliyet gösteren aracı kurumların web sitelerinin muhakkak güncel en az bir yabancı dilde (tercihen İngilizce) hazırlanmış web sitesine sahip olması gerekmektedir. Web sitelerinin belirli periyotlarda güncellenmesi gerekmekte özellikle sağlık turizmi alanında yapılan uygulamalara yer verilmesi gerekmektedir.

Sorumlu Kurum: İl Sağlık Müdürlüğü

Paydaşlar: ASTUDER

Vade: 2022 sonuna kadar

Performans göstergesi:

6 ay içerisinde:

Sağlık turizmi yetki belgesi sahibi en az 13 kurumun güncellenmiş web sitesi

En az 1 yabancı dilde güncellenmiş 13 sağlık turizmi yetki belgesi sahibi kurum web sitesi

1 sene içerisinde:

<http://healthtourism.gov.tr> portalında verileri güncel ve tam olan / Kendi çok dilli web portalı olan hastane sayısının % 5 artması

EYLEM 2: Sağlık turizmi ve destekleyici hizmet sektörlerinde Kalite Yönetim Sistemi (ISO gibi) belgelendirme çalışmaları

Kayseri'de sağlık turizmi ve destekleyici hizmet sektöründe yer alan (konaklama gibi) kurumların ISO 9001 Kalite Yönetim Sistemi gibi kalite belgelendirmeleri ile müşteri memnuniyetinin artırılması, planlayarak önceden önlem alınması yolu ile kalitenin sürekli iyileştirilmesi ve bunun belgelendirilmesi hizmet kalitesinin artırılması için önemlidir.

Sorumlu Kurum: İl Sağlık Müdürlüğü, ASTUDER

Paydaşlar: Kamu ve özel sağlık kurumları, sağlık turizmi alanında faaliyet gösteren kurumlarla bir arada çalışan kurum

Vade: 2022 sonu – 2025 sonu aralığı

Performans göstergesi:

1 sene içerisinde:

Kalite Yönetim Sistemi belgesi alan kurum/kuruluş sayısının % 10 artması

3 sene içerisinde:

Kalite Yönetim Sistemi belgesi alan kurum/kuruluş sayısının % 20 artması

HEDEF 2: Sağlık Bakanlığının yabancı sağlık turistlerine yönelik yeni düzenlemelerde bulunması

STRATEJİ 1: Sağlık Bakanlığına yaşanan sorunların bildirilmesi ve iyileştirmelerin yapılması

SONUÇ: Yurtdışından gelen sağlık turistleri kapsamında düzenlenen 1 istisnai durum

EYLEM 1: Yabancı hastalarda istisna olabilecek alanlar hakkında T.C.Sağlık Bakanlığı ile düzenlemeler için görüşülmesi

Ülkemiz kanunlarınca yasak olan ancak istisnai olarak yabancı sağlık hizmeti almaya gelen sağlık turistlerine yönelik ayrıcalıklar tanınması için girişimler yapılması gerekmektedir.

Sorumlu Kurum: İl Sağlık Müdürlüğü

Paydaşlar: Kamu ve özel sağlık kurumları ile hastaneler, ASTUDER

Vade: 2022 sonu - 2025 sonu aralığı

Performans göstergesi:

5 sene içerisinde;

Sağlık Bakanlığı'nın sağlık turizminde yabancı turistlere yönelik istisnai durumlar belirlemesi ve kamuoyuna duyurulması

Yaşayan 1 durumda; yabancı ülke vatandaşı sağlık turistlerine yönelik istisna uygulanması

HEDEF 3: Sağlık Turizmi Kapsamında Gelen Hastaların Memnuniyetlerinin Ölçülmesi

STRATEJİ 1: Hastaların verdiği geri bildirimler ilgili kurumlara raporlanarak hasta memnuniyetinin belirlenmesi.

SONUÇ: Kayseri sağlık turisti hasta sayısının % 5 artması

EYLEM 1: Bağımsız bir kurumdan memnuniyet çalışması alınması

Bağımsız bir kurum müşteri memnuniyetini ölçmek için memnuniyet kriterleri belirleyerek hasta memnuniyetini ölçülecek, raporlamasını da sağlık turizmi yapan hizmet sağlayıcılar ile paylaşarak hizmet kalitelerinin artırılması sağlanacaktır. Memnuniyet ölçümlendirilmesi yapılacağı sağlık turistine hizmet almaya karar verdiği anda belirtilecek; böylece sağlık hizmeti alan kişinin hizmet sağlayıcıya karşı güveni artacaktır.

Sorumlu kurum: Özel ve kamu hastaneleri ile sağlık turizmi konusunda faaliyet gösteren / göstermek isteyen sağlık kuruluşları

Paydaşlar: ASTUDER, İl Sağlık Müdürlüğü

Vade: 2022 sonuna kadar

Performans göstergesi:

6 ay içerisinde;

Hasta memnuniyet kriteri şablonunun oluşturulması belirlenmesi,

1 sene içerisinde;

% 75 Memnuniyet oranı belirten sağlık turizmi hastaları

A grubu işletme belgesine sahip acente sayısının 1 artması

3 sene içerisinde;

% 90 Memnuniyet oranı belirten sağlık turizmi hastaları

A grubu işletme belgesine sahip acente sayısının % 10 artması

STRATEJİ 2: Yurtdışından gelen hastaların ve beraberindekilerin kaliteli zaman geçirmelerinin sağlanması

SONUÇ: Kayseri'ye gelen sağlık turisti hastalarının % 10'unun sunulan etkinliklere katılması

EYLEM 1: Yerel ürün satışı yapılan ticari işletmelerle işbirliği yapılması

Kayseri'nin yerel ürünlerinin (pastırma, sucuk, mantı, halı, Soğanlı bebeği vb.) satışını gerçekleştiren lokal ticari işletmelerle işbirliği yapılması

Kayseri'nin adı ile anıldığı marka ürünleri bulunmaktadır; Pastırma, sucuk, mantı gibi gastro ürünlerin yanı sıra Soğanlı Bebeği gibi. Sağlık turizmi kapsamında ilimize tedavi hizmeti almak için gelenler ve beraberlerindeki refakatçilerin alışveriş yapması, yerel ürünlerin nasıl yapıldığını izlemeleri değişik bir alternatif olabilir. Pastırma / mantı yapılışını yerel bir tesis / evde izler daha sonra yiyeceklerin tadına bakabilirler; alışveriş yaparak yerel ürünlerden evlerine götürebilirler. Bunun için de yerelde işletmeler ile ve /veya daha uygun bulunan ve ilgi çekecek yerler ile anlaşılabilir. Asıl amaç gelen sağlık turisti ve bir arada gelenlerin kaliteli zaman geçirmelerinin sağlanmasının yanı sıra yerel işletmecilerin de ticari kazançlarının artırılmasına destek olmaktır.

Sorumlu kurum: Kayseri Büyükşehir Belediyesi, Kayseri Ticaret Odası

Paydaşlar: ASTUDER, Sağlık turizmi alanında faaliyet gösteren Kamu ve özel kurumlar

Vade: 2022 sonu – 2025 sonu aralığı

Performans göstergesi:

1 sene içerisinde;

Sağlık turistlerine yerel ürünlerin nasıl üretildiği / yapıldığı hakkında bir gezi planı çıkarılması

Yerel ürünlerin nasıl yapıldığı turlarına katılanların; gelen sağlık turisti ve refakatçilerin % 10'unu oluşturması

Yurtdışından gelen sağlık turistlerinin yerel ürünleri temin edecekleri lokal 5 işletme ile işbirliği / protokol yapılması

3 sene içerisinde;

Yerel ticari işletmelerin sağlık turizmi kapsamında ilimize gelen kişiler ve refakatçilerinden elde edilen kazancın % 15 artması

A grubu işletme belgesine sahip acente sayısının % 10 artması

EYLEM 2: Şehir içinde yer alan tarihi eserlere gezi düzenlenmesi

Kayseri'ye genel olarak bakacak olursak Erciyes ve Ali Dağı eteklerinde kurulan şehirde yaşam izleri 5000 sene öncesine kadar dayanmaktadır. Hitit, Roma, Bizans ve Selçuklu imparatorluklarına şahitlik etmiş olan şehirde merkezde halen bu dönemlerden kalma tarihi eserler bulunmaktadır. 1 günlük rehberli gezi güzergahı belirlenerek; Hunat Hatun Külliyesi, Mimar Sinan'ın şehirdeki eseri Kurşunlu Camii, Selçuklu Uygarlığı Müzesi, Eski Kayseri Evleri, Mili Mücadele Müzesi, Kayseri Lisesi, Hz.Mevlana'nın Hocası Seyyid Burhaneddin Hz.Türbesi, Döner Kümbet, Kütüphaneye dönüştürülen Meryem Ana Kilisesi, Yaman Dede Konağı ve Panaya Kilisesi, Talas'ta bulunan Osmanlı Sokağı, Gevher Nesibe Müzesi, Ali Dağı'nda yer alan yeraltı şehri, Kayseri Büyükşehir Belediyesi' nin belirlediği ve haritasını oluşturduğu Kültür Yolu gibi eserler gezi programında yer almalıdır. Bu gezi, mevsim elverdiği dönemlerde Hop-On Hop-Off otobüsler ile gerçekleştirilerek sabah yerel bir mekanda Kayseri / Çerkez kahvaltısı ile başlayarak öğlen yerel yemeklerin tadılacağı bir restaurantta yemek ikram edilerek; sağlık turisti ve beraberlerindekiilerin ilgisini çekecek bir etkinlik haline getirilebilir.

Sorumlu kurum: Kayseri Büyükşehir Belediyesi, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü

Paydaşlar: ASTUDER, Sağlık turizmi alanında faaliyet gösteren Kamu ve özel kurumlar

Vade: 2022 sonu – 2025 sonu aralığı

Performans göstergesi:

6 ay içerisinde;

Kayseri şehir içinde yer alan Selçuklu ve diğer tarihi eserlerin gezi turu güzergahının belirlenmesi

Rehberli tur programı oluşturulması

1 sene içerisinde;

Tarihi şehir turuna, yurtdışından gelen sağlık turistleri ve refakatçilerininin % 10'unun katılması

EYLEM 3: Merkez dışına ve il etrafında bulunan ören yerleri ve tarihi eserlere kültürel tur düzenlenmesi

Yukarıdaki gezinin devamı olarak 2 günlük bir gezi rotası hazırlanabilir. Bu rota içerisinde ilk gün Kayseri'nin içi gezilip devamında ya da seçim ile sadece Kayseri dışı tarihi ve ören yerleri rotası sunulabilir. Kayseri'nin merkez dışında ve civarında; Mimar Sinan'ın Ağırnas' taki evi, Bezirhaneler, Ağırnas Yeraltı şehri, Erciyes Dağı, Sultan Sazlığı Milli Parkı, Kapuzbaşı Şelaleleri, Soğanlı Köyü, Kapadokya Bölgesi ve belki Balon tecrübesi sunulabilecek yerler arasındadır. İlimizin sahip olduğu sağlık turizmi potansiyeli yanı sıra tarihi ve ören yerlerinin de öne çıkması sağlanacaktır.

Sorumlu kurum: Kayseri Büyükşehir Belediyesi, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü

Paydaşlar: ASTUDER, Sağlık turizmi alanında faaliyet gösteren Kamu ve özel kurumlar

Vade: 2022 sonu – 2025 sonu aralığı

Performans göstergesi:

6 ay içerisinde;

Sağlık turisti ve beraberindeki refakatçilerine 1 ve 2 günlük rehberli tur güzergahının belirlenmesi

1 ve 2 günlük rehberli tur programlarının oluşturulması

1 sene içerisinde;

Tarihi şehir turuna, yurtdışından gelen sağlık turistleri ve refakatçilerinin % 10'unun katılması

9.4. İŞBİRLİĞİ VE FARKINDALIK

HEDEF 1: Sektörde çalışan Kurumlar arası koordinasyonun geliştirilmesi

STRATEJİ 1: Sektörde yer alan kurumlar arasında koordinasyonun sağlanması

SONUÇ: Sektör paydaşlarının Uluslararası Sağlık Turizmi alanında işbirliği sonucunda ekonomik hacimlerinin % 25 artması

EYLEM 1: Hastane Sahipleri ve Başhekimler ile Periyodik Toplantılar Yapılması

Kayseri Büyükşehir Belediyesi önderliğinde hastane sahipleri ve başhekimlerini bir araya getirerek sağlık turizmi hakkında yapılabilecekler için beyin fırtınası ve ortak akıl/vizyon toplantıları düzenlenmesi gerekmektedir. Sağlık turizminin şehrin geleceğine de büyük bir yatırım olacağı üst düzeyde de hastane sahipleri ile paylaşılmalıdır.

Sorumlu Kurum: Kayseri Büyükşehir Belediyesi

Paydaşlar: İl Sağlık Müdürlüğü, ASTUDER

Vade: 2022 sonuna kadar

Performans göstergesi:

1 sene içerisinde;

Hastane sahiplerinin de sağlık turizmi konusunu sahiplenmesi, 2022 sene sonuna kadar gerçekleştirilmiş 6 toplantı

2 sene içerisinde;

Uluslararası sağlık turizmi birimi sahibi kurum sayısının % 5 artması

Sağlık kurumlarının sağlık turizmi tanıtım ve pazarlama için ayırdıkları bütçenin % 50 artması

www.healthtourismkayseri.com aracılığı ile tedavi edilen hasta sayısının % 15 artması

<http://healthtourism.gov.tr> portalında verileri güncel ve tam olan / Kendi çok dilli web portalı olan hastane sayısının % 10 artması

Uluslararası sağlık turizmi biriminde çalışan yabancı dil bilen personel sayısının % 10 artması

Yetki belgesi alan kurum sayısının % 10 artması

EYLEM 2: Hastaneler ile Sağlık Turizmi Acentaları Ortak Akıl Toplantısı

Sağlık hizmeti sağlayan kuruluşlar ile sağlık turizminde faaliyet gösteren acentaların bir araya gelerek işbirliği yapabilmeleri için karşılıklı talep ve beklentilerini belirtmesi, olası problemler için ortak çözümler geliştirilmesi, birlikte çalışma modelleri üzerine tartışmasının sağlanacağı bir toplantı düzenlenerek iki önemli paydaşın birbirini daha iyi tanınması sağlanmalıdır. İlde sağlık turizminin geliştirilmesi için önemli bir eylemdir.

Sorumlu Kurum: Kayseri Büyükşehir Belediyesi

Paydaşlar: ASTUDER

Vade: 2022 sonuna kadar

Performans göstergesi:

Sektör paydaşlarının 4 kurumun kendi aralarında işbirliği anlaşması / protokolü yapması

2 sene içerisinde;

Uluslararası sağlık turizmi kapsamında ağırlanan 1 heyet

Kayseri’de 5 yıldızlı otellerdeki yatak sayısının % 2 artması

STRATEJİ 2: Kurumların bir araya gelerek paket ürünler sunması

SONUÇ: Sunulan paketler ile Kayseri’ye gelen sağlık turisti sayısının, toplam uluslararası sağlık turistin % 10’unu teşkil etmesi

EYLEM 1: Sağlık Turizmi için Paket Ürünler Hazırlanması

Yapılan çalışmada elde edilen bilgiler; gelen hastanın ilk anından son anına kadar bütün hizmetler eş zamanlı yürütülmeli ve kişilerin nakil, uçak bileti, vize ve pasaport işlemlerinin düzenlenmesi gerektiği (Şahbaz vd. 2012), bu noktada *aracı kuruluşların* öneminin çok yüksek olduğunu belirtmektedir. Nedeni ise, tüm bu işlemlerden sorumlu olan bir aracı kuruluşun olması hastanın yükünü azaltmakta ve hasta tercihi bu duruma göre değişebilmektedir (Hanefeld vd, 2015; İçöz, 2012).

Hastaneler, aracı kurumlar ve otellerin işbirliği yapması sağlanarak herşey dahil sağlık turizmi paketlerinin hazırlanması sağlık turistlerine bu ürünlerin satış ve pazarlaması kolaylaşacaktır. Türkiye’de ve Dünya’da bu sıkça başvurulan bir yöntemdir. Ağız ve diş sağlığı tedavisi, kapsamlı check-up taraması, liposuction, saç ekimi gibi operasyonlar bu modele uygun tedaviler olabilir.

Erciyes A.Ş. ile bu konuda görüşme sağlanmış, kayak turizmine gelen turistlerin sportif ve enerjik kişiler olduğunu belirtmişlerdir. Bu sebeple bu grubun; sağlık turizmi için doğru hedef kitle olmayabileceği de

düşünülmesi ve gözden kaçırılmaması gereken bir durumdur. Kayak turizmi için gelen turistin maksimum seviyede dağda vakit geçirip spor yapmak istediği belirtilmiştir.

Sorumlu Kurum: Kayseri Büyükşehir Belediyesi

Paydaşlar: Kayseri Ticaret Odası, İl Kültür Müdürlüğü, İl Sağlık Müdürlüğü, ASTUDER

Vade: 2022 sonuna kadar

Performans göstergesi:

1 sene içerisinde;

Hazırlanmış check-up paketi

2 sene içerisinde;

Hazırlanmış en az 3 her şey dahil sağlık turizmi paketi,

Sağlık turisti sayısında % 10 artış

EYLEM 2: Tur Operatörleri ile Görüşme

Öncelikle Erciyes A.Ş.'nin çalıştığı ve 4 ülkeden kayak turisti getiren charter uçakla hizmet veren tur operatörleri ile görüşülmelidir. Karşılıklı paketler geliştirilmeli ve pazarlama yapılmalıdır. Öneriler; kayak turistlerinin yanlarında 1 sağlık turisti getirmesi ile indirim alması, tur operatörünün kayak turizminin sonlarında uçağın bir kısmı ile sağlık turisti getirmesi ve bu çalışmanın birkaç defa denenmesi sonucunda olumlu dönüş alınması ile dönemsel charter uçak kanalı ile sağlık turistleri getirilmesi olabilecek alternatifler olarak düşünülmelidir.

T.C. Ticaret Bakanlığı; Bakanlık ile protokol yapan özel sağlık kuruluşları ya da havayolu şirketleri tarafından hastaların tedavi edilmek üzere;

a) Tarifeli uçak seferi ile Türkiye'ye getirilmesi halinde uçak veya diğer ulaşım giderleri hasta başına % 50 oranında ve en fazla 1.000 ABD Doları,

b) Tarifesiz (charter) uçak seferleriyle Türkiye'ye getirilmesi halinde hasta başına 200 ABD Doları'nı geçmemek kaydıyla ulaşım giderlerinin tamamını destekleyerek ödemektedir (T.C.Ticaret Bakanlığı Döviz Kazandırıcı Hizmet Ticaretinin Desteklenmesi Hakkında Karar Madde 7).

Sorumlu Kurum: ASTUDER

Paydaşlar: Kayseri Büyükşehir Belediyesi, Erciyes A.Ş.

Vade: 2022 sonuna kadar

Performans göstergesi:

2 sene içerisinde;

Charter uçakla Kayseri'ye bir ülkeden sağlık turisti getirilmesi

Hedef pazarda pazarlama yapılması ile Kayseri'ye gelen sağlık turisti sayısında % 15- 20 artış

EYLEM 3: Hedef ülkelere yönelik telemarketing yapılması

Kayseri'ye direkt uçak ile gelen gurbetçi vatandaşlarımızın iletişim bilgilerine ulaşarak seyahatlerinden önce telemarketing ile check-up, ön tanı gibi küçük maliyetli ancak sağlık turistinin gelmesini sağlayacak bir paket teklif edilerek satışı gerçekleştirilebilir. Ayrıca toplu gönderilen cep telefonu mesajları; çok sık olmamak kaydıyla önemli bir hatırlatma ve farkındalık oluşturacaktır.

Sorumlu Kurum: ASTUDER

Paydaşlar: Kamu ve özel hastaneler ve sağlık kurumları

Vade: 2025 sonu - 2030 sonu aralığı

Performans göstergesi:

1 sene içerisinde;

Telemarketing için sağlık turizmi yetki belgesi kurumların bütçe ayırması

Telemarketing yapılması için bir firma ile anlaşılması

500 potansiyel sağlık turisti / Kayseri ziyaretçisi ile görüşme yapılması

Görüşmelerin % 10'unun satışa dönüşmesi

2 sene içerisinde;

Kayseri'yi tercih eden sağlık turisti sayısında % 15 - 20 artış

Telemarketing ile hizmet alanların sayısının; toplam sağlık turisti sayısının % 5'ini oluşturması

1000 sağlık turistine telemarketing yolu ile teklif gönderilmesi

STRATEJİ 3: HİSER Projesi başvurusu yapılması

SONUÇ: Kayseri'ye gelen uluslararası sağlık turisti sayısının % 20 artması

EYLEM 1: T.C. Ticaret Bakanlığı kümelenme proje yapılması konusunda çalışılması

Kayseri'de sağlık turizmi yapmak isteyen ve sağlık turizmi yetki belgesi sahibi kurumların ASTUDER çatısı altında bir araya gelerek T.C. Ticaret Bakanlığı'nın HİSER desteği için proje başvuru hazırlanması ve başvuru yapılması birlikte hareket etmek ve başlangıçta maliyetleri azaltarak devlet desteğinden faydalanmak ve bir kurum çatısı altında daha güçlü olmaları için tavsiye edilmektedir.

Sorumlu Kurum: ASTUDER

Paydaşlar: Kayseri Büyükşehir Belediyesi, İl Sağlık Müdürlüğü, Kamu ve özel hastaneler ile sağlık kurumları

Vade: 2022 sonuna kadar

Performans göstergesi:

1 sene içerisinde;

HİSER proje başvurusunun T.C.Ticaret Bakanlığı'na sunulması

Uygulamaya başlayan HİSAR projesi

3 sene içerisinde;

Kayseri'ye 3 farklı ülkeden sağlık turisti gelmeye başlaması,

Hastanelerin Sağlık turizmi pazarlama / tanıtım için ayrılan bütçesinin % 50 artması

Kayseri'ye gelen sağlık turisti sayısının % 10 artması

Ulusal ve Uluslararası basında Kayseri Sağlık Turizmi hakkında 10 haber yayınlanması

9.5. ALTYAPI & YAŞAM VE ULAŞIM

HEDEF 1: Kayseri'ye ulaşımın daha fazla geliştirilmesi/kolaylaştırılması

STRATEJİ 1: Yurtdışından Kayseri'ye havayolu bağlantısının güçlendirilmesi

SONUÇ: Direkt uçuş ile Kayseri gelen uluslararası sağlık turisti sayısının % 15 artması

EYLEM 1:Havayolu Şirketleri ile Direkt Uçuş Artırılması Görüşmesi

Birincil ve ikincil hedef ülkelerden sonra Kayseri için yeni hedef pazarlar belirlenerek bu ülkelerden gelebilecek sağlık turisti potansiyeli belirlenebilir. Bu verileri havayolu şirketleri ile paylaşp direkt seferlerin yapılması için görüşmeler gerçekleştirilmesi sağlık turizminin şehirde gerçekleşmesi için önemli bir adımdır. İlk etapta o ülkelere yönelik bir tanıtım ve pazarlama kampanyası yapıldıktan sonra deneme amaçlı ilk seferlerin yapılması ve potansiyele göre devam kararının alınması önemli bir atılımdır. Aktarmalı uçuş yerine direkt seferle uçulabilecek destinasyonlar kesinlikle daha avantajlı olacaktır.

Sorumlu Kurum: Kayseri Valiliği, Kayseri Büyükşehir Belediyesi, İl Kültür Turizm Müdürlüğü, ASTUDER

Paydaşlar: İl Sağlık Müdürlüğü, Kamu ve özel hastaneler

Vade: 2025 sonu - 2030 sonu aralığı

Performans göstergesi:

1 sene içerisinde;

Yurtdışından direkt uçuş ile gelen turist sayısında % 15 artış

3 sene içerisinde;

Yurtdışından direkt uçuş ile gelen sağlık turisti sayısında % 25 artış

KAYSERİ SAĞLIK TURİZMİNİN GELİŞTİRİLMESİ MEVCUT DURUM ANALİZİ VE EYLEM PLANI

10. EYLEM PLANI TABLOSU

EYLEM	AÇIKLAMA	SORUMLU KURUM	PAYDAŞLAR	VADE	PERFORMANS GÖSTERGELERİ
Tanıtım & Pazarlama Alanında					
HEDEF 1: Kayseri'nin sağlık turizmi ve turizm alanında tanıtım ve pazarlama stratejisi geliştirilmesi					
STRATEJİ 1: Kayseri'nin uluslararası mecralarda tanıtımının yapılması					
SONUÇ : Kayseri'ye gelen sağlık turisti sayısının % 100 artması					
EYLEM 1: Havaalanı Billboard Çalışması	Birincil hedef ülkelerden öncelikle Almanya ve / veya Hollanda'da gurbetçilerin yoğun olarak yaşadığı ve Kayseri'ye direkt uçuş gerçekleştiren illerin havaalanlarında reklam çalışması yapılması	Kayseri Büyükşehir Belediyesi, ORAN Kalkınma Ajansı	ASTUDER	2022 sonuna kadar	<u>1 sene içerisinde;</u> Kayseri'ye gelen sağlık turisti sayısının % 5 artması Hastanelerin sağlık turizmi tanıtım / pazarlama için ayırdıkları bütçenin % 50 artması <u>2 sene içerisinde;</u> İlan verilen ülkelerden Kayseri'ye 100'er kişiden fazla sağlık turisti gelmesi www.healthtourismkayseri.com portal kanalı ile gelen turist sayısının % 15 artması <u>3 sene içerisinde;</u> Uluslararası Sağlık Turizmi birimi sahibi kurum sayısının % 5 artması

KAYSERİ SAĞLIK TURİZMİNİN GELİŞTİRİLMESİ MEVCUT DURUM ANALİZİ VE EYLEM PLANI

EYLEM	AÇIKLAMA	SORUMLU KURUM	PAYDAŞLAR	VADE	PERFORMANS GÖSTERGELERİ
EYLEM 2: Hedef Kitleye Broşür Dağıtılması	Gurbetçilerin çoğunlukla bulunduğu kalabalık yerlerde broşür dağıtılması	Kayseri Büyükşehir Belediyesi, ASTUDER	Kayseri Ticaret Odası, Yurt Dışında Türk dernek ve Vakıfları	2022 sonuna kadar	<u>2 sene içerisinde;</u> Kayseri'ye gelen sağlık turisti sayısının % 12-15 artması Hastanelerin Sağlık turizmi pazarlama ve tanıtım bütçesinin % 200 artması www.healthtourismkayseri.com portal için ayrılan tanıtım bütçesinin % 50 arttırılması http://healthtourism.gov.tr portalında verileri güncel ve tam olan / Kendi çok dilli web portal olan hastane sayısının % 5 artması
EYLEM 3: Kayseri Organize Sanayi Bölgesi ve Serbest Bölge ile İşbirliği Yapılması	İhracatçı firmalar ile işbirliği yapılması ve destek talep edilmesi	Kayseri Büyükşehir Belediyesi, ASTUDER, ORAN Kalkınma Ajansı	Kayseri Sanayi Odası, Kayseri Serbest Bölge Müdürlüğü, Kayseri OSB Müdürlüğü	2022 sonuna kadar	Yurt dışında bulunan ihracat müşterilerinin sağlık turizmi alanında da dikkatlerinin çekilmesi. <u>1 sene içerisinde</u> 2 kurumla işbirliği / protokol yapılması <u>2 sene içerisinde</u> 1 yeni ülkeden daha sağlık turistinin gelmesi Uluslararası Sağlık Turizmi birimi sahibi kurum sayısının % 5 artması http://healthtourism.gov.tr portalında verileri güncel ve tam olan / Kendi çok dilli web portal olan hastane sayısının % 5 artması
EYLEM 4: Kardeş Şehirler ile İşbirliği Çalışması	Büyükşehir Belediyesi Kardeş Şehirler ile iletişime geçilmesi	Kayseri Büyükşehir Belediyesi	İl Sağlık Müdürlüğü, ASTUDER	2022 sonuna kadar	Mevcut işbirliklerini kullanarak yeni potansiyel sağlık turisti yaratılması <u>3 sene içerisinde;</u> 2 kardeş şehir ile işbirliği yapılması, 500 sağlık turistine fiyat teklifi gönderilmesi,

KAYSERİ SAĞLIK TURİZMİNİN GELİŞTİRİLMESİ MEVCUT DURUM ANALİZİ VE EYLEM PLANI

EYLEM	AÇIKLAMA	SORUMLU KURUM	PAYDAŞLAR	VADE	PERFORMANS GÖSTERGELERİ
					www.healthtourismkayseri.com portalından gelen sağlık turisti sayısının % 10 artması
EYLEM 5: İl İçerisinde Bilgilendirmelerin Arttırılması	İlde sağlık turizmi yönlendirmelerinin arttırılması	ASTUDER, Kayseri Büyükşehir Belediyesi	İlde bulunan bütün otel işletmeleri, ORAN Kalkınma Ajansı	2022 sonuna kadar	<u>2 sene içerisinde;</u> Kayseri sağlık turizmi bilinirliğinin halk arasında % 20 artırılması Yerelde sağlık turizmi tanıtımı için ayrılan bütçenin % 10 artması Uluslararası Sağlık Turizmi birimi sahibi kurum sayısının % 5 artması http://healthtourism.gov.tr portalında verileri güncel ve tam olan / Kendi çok dilli web portal olan hastane sayısının % 5 artması <u>5 sene içerisinde;</u> 5 yıldızlı otel yatak sayısının % 5 artması
EYLEM 6: Havayolu Şirketleri ile Tanıtım Yapılması	Kayseri'ye gelen direkt uçakların dergilerine ve uçak koltuk kafa kısımlarına ilan verilmesi	ASTUDER, Kayseri Büyükşehir Belediyesi, ORAN Kalkınma Ajansı	İl Sağlık Müdürlüğü	2025 sona kadar	<u>1 sene içerisinde;</u> Sağlık kurumlarının sağlık turizmi için ayırdıkları tanıtım bütçesinin % 200 artması <u>2 sene içerisinde;</u> 300 sağlık turistine hizmet fiyat teklifi gönderilmesi, Kayseri'ye gelen sağlık turisti sayısının % 8 -12 artması www.healthtourismkayseri.com portal için ayrılan tanıtım bütçesinin % 60 arttırılması <u>3 sene içerisinde;</u> Kayseri'de 5 yıldızlı otellerin yatak sayısının % 5 artması Uluslararası Sağlık Turizmi birimi sahibi

KAYSERİ SAĞLIK TURİZMİNİN GELİŞTİRİLMESİ MEVCUT DURUM ANALİZİ VE EYLEM PLANI

EYLEM	AÇIKLAMA	SORUMLU KURUM	PAYDAŞLAR	VADE	PERFORMANS GÖSTERGELERİ
					kurum sayısının % 7 artması
EYLEM 7: Televizyon Reklamları Verilmesi	Hedef ülkelerde faal olan Türk kanallarına reklam verilmesi	Kayseri Büyükşehir Belediyesi ve ASTUDER, ORAN Kalkınma Ajansı	Özel ve kamu hastaneleri ile sağlık kurumları	2022 sonu - 2025 sonu aralığı	<p><u>1 sene içerisinde;</u> 300 sağlık turistine fiyat teklifi iletilmesi, http://www.healthtourismkayseri.com aracılığı ile 100 sağlık turistinin hizmet alması Kayseri'ye gelen sağlık turisti sayısının % 10 artması Kayseri Sağlık turizmi reklamlarının yurtdışında yayın yapan 5 TV kanalında yayınlanması Sağlık turizmi yetki belgeli kurumların pazarlama / tanıtım bütçelerinin 2 sene içerisinde % 100 artması www.healthtourismkayseri.com portal için ayrılan tanıtım bütçesinin % 50 arttırılması</p> <p><u>2 sene içinde;</u> Uluslararası Sağlık Turizmi birimi sahibi kurum sayısının % 5 artması www.healthtourismkayseri.com portal için ayrılan tanıtım bütçesinin % 60 arttırılması</p>
EYLEM 8: Radyo Reklamları	Gurbetçilerin en çok dinlediği radyo kanallarına reklam verilmesi	Kayseri Büyükşehir Belediyesi, ORAN Kalkınma Ajansı	ASTUDER, sağlık turizmi hizmeti veren kurumlar	2022 sonu - 2025 sonu aralığı	<p><u>1 sene içerisinde;</u> www.healthtourismkayseri.com portal için ayrılan tanıtım bütçesinin % 30 arttırılması http://www.healthtourismkayseri.com aracılığı ile 50 sağlık turistinin hizmet alması Kayseri'ye gelen sağlık turisti sayısının</p>

KAYSERİ SAĞLIK TURİZMİNİN GELİŞTİRİLMESİ MEVCUT DURUM ANALİZİ VE EYLEM PLANI

EYLEM	AÇIKLAMA	SORUMLU KURUM	PAYDAŞLAR	VADE	PERFORMANS GÖSTERGELERİ
					% 5 artması Kayseri sağlık turizmi tanıtımının yurtdışında yayın yapan 3 radyo kanalında yayınlanması Kayseri’de sağlık turizmi alanında hizmet veren kurumların sağlık turizmi tanıtım / pazarlama bütçelerinin % 10 artması
EYLEM 9: İş Adanı Dernekleri ile İletişim Kurulması	Derneklerin yurtdışı bağlantıları ile iletişime geçilmesi	Kayseri Ticaret Odası, Kayseri Büyükşehir Belediyesi, ORAN Kalkınma Ajansı	Sağlık kurumları, ASTUDER, İş Adanı Dernekleri	2022 sonu - 2025 sonu aralığı	<u>1 sene içerisinde</u> 1 işadanı derneğı ile işbirliğı / protokol yapılması, <u>2 sene içerisinde</u> ; Kayseri’ye gelen sağlık turisti sayısının % 5-7 artması <u>3 sene içerisinde</u> ; 1 farklı ülkeden en az 30 sağlık turistinin Kayseri’de tedavi edilmesi
EYLEM 10: Uluslararası Fuarlara Katılım	T.C. Ticaret Bakanlığı tarafından desteklenen, belirlenen fuarlara katılım	ASTUDER, Sağlık kurumları	ORAN Kalkınma Ajansı	2022 sonu - 2025 sonu aralığı	<u>2 sene içerisinde</u> ; Uluslararası 2 fuara katılım, Aracı kurumların dikkatini çekerek ile gelecek sağlık turisti sayısının % 15 - 20 artırılması, ASTUDER ile 1 aracı kurum arasında anlaşma yapılması
EYLEM 11: Yurtdışında Faaliyet Gösteren Kayseri Dernekleri ve Vakıfları	Kayseri ve civarındaki illerin dernekleri ile zaman içerisinde iletişime geçilmesi	Kayseri Büyükşehir Belediyesi,	İl Sağlık Müdürlüğü, ASTUDER, sağlık kurumları, Yurt dışındaki Türk Dernek ve Vakıfları	2022 sonu - 2025 sonu aralığı	<u>2 sene içerisinde</u> ; Kayseri’ye gelen sağlık turisti sayısının % 5 - 7 artması <u>3 sene içerisinde</u> ; İrtibat kurulan ve ziyaret edilen yurtdışında faaliyet gösteren 6 dernek / vakıf Uluslararası Sağlık Turizmi kapsamında Kayseri’de ağırlanan 2 heyet

KAYSERİ SAĞLIK TURİZMİNİN GELİŞTİRİLMESİ MEVCUT DURUM ANALİZİ VE EYLEM PLANI

EYLEM	AÇIKLAMA	SORUMLU KURUM	PAYDAŞLAR	VADE	PERFORMANS GÖSTERGELERİ
					Yurtdışında gerçekleştirilen organizasyona katılım sağlanması 2
EYLEM 12: Tıbbi bir başarının ulusal ve uluslararası basında paylaşılması	Tıbbi bir başarının; Erciyes Üniversitesi'nde kök hücre nakli / Şehir Hastanesi'nde Böbrek nakli gibi nakil konularında daha fazla haberinin yapılması	ASTUDER, İl Sağlık Müdürlüğü, Erciyes Üniversitesi, Şehir Hastanesi	Kamu ve özel hastaneler, ORAN Kalkınma Ajansı	2022 sonu - 2025 sonu aralığı	<u>1 sene içerisinde;</u> Ulusal basında Kayseri sağlık sektörü ve tıbbi başarısı alanında yayınlanmış 20 haber Uluslararası basında Kayseri Sağlık Turizmi alanında yayınlanmış 10 haber Uluslararası Sağlık Turizmi birimi sahibi kurum sayısının % 3 artması Sağlık turistinin ilgisinin çekilmesi ve talebin % 15 - 17 artması 500 sağlık turistine fiyat teklifi gönderilmesi 5 farklı ülkeden gelen sağlık turisti sayısının % 5 oranında artması Uluslararası sağlık turizmi biriminde çalışan yabancı dil bilen personel sayısının % 5 artması <u>2 sene içerisinde;</u> Toplam 20 farklı ülkeden sağlık turisti gelmesi
EYLEM 13: Uluslararası Kongre / Toplantılar Düzenlenme-si	İlaç firmaları ile anlaşarak özellikle uluslararası kongre ve toplantı düzenlenmesi	Kayseri Büyükşehir Belediyesi, ASTUDER	İl Sağlık Müdürlüğü, Kayseri Ticaret Odası, ORAN Kalkınma Ajansı	2022 sonu - 2025 sonu aralığı	Kayseri sağlık turizmi potansiyeli konusunda sektörün kendi içerisinde ve uluslararası arenada farkındalığın artırılması ve tanıtılmasının sağlanması. <u>3 sene içerisinde</u> düzenlenmiş 1 uluslararası Kongre / toplantı Ulusal ve Uluslararası basında düzenlenen etkinlik ile ilgili yapılmış 20 haber
EYLEM 14: Roadshow	Hedef ülkeler arasında	ASTUDER, kamu ve özel	Kayseri Ticaret Odası,	2022 sonu -	<u>2 sene içerisinde;</u>

KAYSERİ SAĞLIK TURİZMİNİN GELİŞTİRİLMESİ MEVCUT DURUM ANALİZİ VE EYLEM PLANI

EYLEM	AÇIKLAMA	SORUMLU KURUM	PAYDAŞLAR	VADE	PERFORMANS GÖSTERGELERİ
ile Tanıtım Yapılması:	gurbetçilerin bulunduğu Avrupa ülkelerine road show düzenlenmesi	hastaneler ile sağlık kurumları	Kayseri Büyükşehir Belediyesi, İl Sağlık Müdürlüğü	2025 sonu aralığı	3 ülkenin road show ile ziyaret edilmesi, Kayseri'ye gelen sağlık turisti sayısının % 10 - 15 artması, 500 sağlık turistine sağlık hizmeti fiyat teklifi gönderilmesi Uluslararası sağlık turizmi biriminde çalışan yabancı dil bilen personel sayısının % 3 artması A grubu işletme belgesine sahip acente sayısının 1 artması Kayseri'de hastanelerde uygulanan tedavi sayısının % 2 artması Yurtdışında sağlık turizmi alanında düzenlenen 1 organizasyona katılım sağlanması
EYLEM 15: Yurtdışında Ön Tanı Merkezi Açılması	İl Sağlık Müdürlüğü verileri de göz önünde bulundurularak bazı branşlarda ön tanı merkezi açılması	ASTUDER, İl Sağlık Müdürlüğü, Kayseri Ticaret Odası, ORAN Kalkınma Ajansı	Talep eden sağlık kurumları, hastaneler	2022 sonu - 2025 sonu aralığı	<u>1 sene içerisinde;</u> Ön tanı merkezi açılması için fizibilite çalışmasının hazırlanması, Yurtdışında sağlık turizmi alanında düzenlenen 1 organizasyona katılım sağlanması <u>3 sene içerisinde;</u> Kayseri'de yer alan A grubu işletme belgesine sahip acente sayısının % 5 artması <u>5 sene içerisinde;</u> 1 ülkede ön tanı merkezi açılması, Ön tanı merkezi açılan ülkeden 500 sağlık turistinin Kayseri'den sağlık hizmeti alması, Kayseri'ye gelecek sağlık turisti sayısının % 20 - 25 artması,

KAYSERİ SAĞLIK TURİZMİNİN GELİŞTİRİLMESİ MEVCUT DURUM ANALİZİ VE EYLEM PLANI

EYLEM	AÇIKLAMA	SORUMLU KURUM	PAYDAŞLAR	VADE	PERFORMANS GÖSTERGELERİ
					http://healthtourism.gov.tr portalında verileri güncel ve tam olan / Kendi çok dilli web portal olan hastane sayısının % 5 artması Uluslararası Sağlık Turizmi Biriminde çalışan yabancı dil bilen personel sayısının % 5 artması
EYLEM 16: T.C. Dışişleri Bakanlığı ve T.C. Ticaret Bakanlığı'na bağlı yurt dışındaki birimler ile görüşme	T.C. Dışişleri Bakanlığı ve T.C. Ticaret Bakanlığı tarafından yurt dışında faaliyet gösteren birimler ile iletişime geçilmesi	ASTUDER; Kayseri Büyükşehir Belediyesi	İl Sağlık Müdürlüğü, ORAN Kalkınma Ajansı	2022 sonu - 2025 sonu aralığı	<u>1 sene içerisinde</u> yurtdışında bulunan 5 kurumla, <u>3 sene içerisinde;</u> 15 kurumla iletişime geçilmesi, Kayseri'nin sağlık turizmi alanında tanınırlığının % 25 artması <u>5 sene içerisinde;</u> Yurtdışında sağlık turizmi alanında düzenlenen 5 organizasyona katılım sağlanması
EYLEM 17: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı ile İletişime Geçilmesi	T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı ile iletişime geçilmesi	ASTUDER, İl Kültür Turizm Müdürlüğü	Kayseri Büyükşehir Belediyesi, ORAN Kalkınma Ajansı	2022 sonu - 2025 sonu aralığı	<u>1 sene içerisinde</u> kurumla iletişime geçilmesi <u>5 sene sonunda</u> 10 farklı ülkeden toplam 3000 sağlık turistinin gelmesi
EYLEM 18: Hedef Ülkelerden Bir Ünlünün Tedavi Edilmesi	Hedef ülkelerde ses getirecek bir ünlünün tedavi edilerek ulusal ve uluslararası basında yer alması	ASTUDER	Sağlık kurumları, Kayseri Büyükşehir Belediyesi	2025 sonu - 2030 sonu aralığı	<u>1 sene içerisinde;</u> 1 ünlünün Kayseri'de tedavi edilmesi, Kayseri sağlık turizmi konusunda ulusal ve uluslararası basında yayınlanmış 30 haber, Kayseri'ye gelen sağlık turisti sayısında % 15 - 17 artış <u>3 sene içerisinde;</u> 2 yeni ülkeden sağlık turistinin tedavi edilmesi A grubu işletme belgesine sahip acente

KAYSERİ SAĞLIK TURİZMİNİN GELİŞTİRİLMESİ MEVCUT DURUM ANALİZİ VE EYLEM PLANI

EYLEM	AÇIKLAMA	SORUMLU KURUM	PAYDAŞLAR	VADE	PERFORMANS GÖSTERGELERİ
					sayısının % 5 artması
EYLEM 19: İlin uluslararası etkinliklerinde Sağlık Turizmi Alanında Ödül Alması	Sağlık Turizmi alanında düzenlenen ve / veya düzenlenecek uluslararası herhangi bir etkinlikte ödül alınması	Kayseri Büyükşehir Belediyesi, ASTUDER	İl Sağlık Müdürlüğü, ORAN Kalkınma Ajansı	2025 sonu - 2030 sonu aralığı	<u>5 sene içerisinde;</u> Kayseri Sağlık Turizminin Uluslararası bir etkinlikten 1 ödül alması, Kayseri Uluslararası Sağlık Turizmi alanında ulusal ve uluslararası basında çıkmış 20 haber, Kayseri'ye gelen sağlık turisti sayısının % 10 - 15 artması Sağlık Turizmi Yetki belgesi sahibi kurum sayısının % 10 artması A grubu işletme belgesine sahip acente sayısının % 10 artması Kayseri'de Uluslararası sağlık turizmi kapsamında ağırlanan 3 heyet
STRATEJİ 2: Görsel ve yazılı basının etkin kullanılarak Kayseri'nin Sağlık Turizmi merkezlerinden biri olarak tanıtılması					
SONUÇ: Kayseri'ye gelen sağlık turisti sayısının % 15 artması					
EYLEM 1: Ulusal Basınla İşbirliği	Uluslararası Sağlık Turizmi alanında yapılan çalışmaların ulusal basınla paylaşılması	ASTUDER	İl Sağlık Müdürlüğü, Kayseri Ticaret Odası, Kayseri Büyükşehir Belediyesi	2022 sonuna kadar	<u>1 sene içerisinde;</u> 1 ulusal basın heyetinin Uluslararası sağlık turizmi kapsamında ağırlanması, Kayseri Uluslararası sağlık turizmi alanında ulusal ve uluslararası basında çıkmış 15 haber 2 Sağlık turizmi alanında çalışan acente ile işbirliğinin başlaması
STRATEJİ 3: İnternet ve sosyal medyanın sağlık turizmi konusunda etkin ve profesyonel kullanılması					
SONUÇ: Sosyal medya pazarlama araçlarının kullanılması ile sağlık turisti sayısının % 15 artması					
EYLEM 1: İnternet ve Sosyal Medya Pazarlama Araçlarının Kullanılması	Google Adwords, sosyal medya (Facebook ve Instagram), LinkedIn ve Youtube reklamları konusunda profesyonel	Kayseri Büyükşehir Belediyesi	Kayseri İl Sağlık Müdürlüğü, ASTUDER, sağlık kurumları	2022 sonuna kadar	<u>1 sene içerisinde;</u> Kayseri'nin ve sunduğu sağlık hizmetlerinin bilinirliğinin artması. Potansiyel hizmet alacak kişilerde farkındalık oluşturulması,

KAYSERİ SAĞLIK TURİZMİNİN GELİŞTİRİLMESİ MEVCUT DURUM ANALİZİ VE EYLEM PLANI

EYLEM	AÇIKLAMA	SORUMLU KURUM	PAYDAŞLAR	VADE	PERFORMANS GÖSTERGELERİ
	destek alınarak pazarlama ve tanıtım kampanyası yürütülmesi				www.healthtourismkayseri.com web portalı kanalı ile tedavi edilen uluslararası hasta sayısının % 10 artması.
EYLEM 2: Health Tourism Kayseri Web Sitesi	Web sitesinin geliştirilmesi	Kayseri Büyükşehir Belediyesi	İl Sağlık Müdürlüğü, ASTUDER, sağlık kurumları	2022 sonuna kadar	1 sene içerisinde; yer alan kurum sayısının % 10 artması, Güncellenmiş kurum bilgilerinin bulunması, www.healthtourismkayseri.com Web portalı kanalı ile gelen Uluslararası sağlık turisti sayısının % 10 artması Kayseri'nin ve sunduğu sağlık hizmetlerinin bilinirliğinin artması, Potansiyel hizmet alacak kişilerde farkındalık oluşturulması.
Eğitim ve İşgücü Alanında					
HEDEF 1: Sektörde çalışan personellerin kapasitelerinin geliştirilmesi					
STRATEJİ 1: Yabancı dil bilen personel sayısının artırılması					
SONUÇ: Sağlık Turizmi Yetki Belgesi Sahibi kurumlarda çalışan / işbirliği yapılan yabancı dil bilen personel sayısının % 10 artması					
EYLEM 1: Yabancı Öğrencilerle İşbirliği	İlde yaşayan yabancı öğrenciler ile sağlık turizmi alanında iş birliği yapılması	Kayseri Büyükşehir Belediyesi	ASTUDER, Erciyes Üniversitesi, Kayseri Sağlık Kurumları	2022 sonuna kadar	1 sene içerisinde; Kayseri'yi iyi tanıyan en az 10 yabancı öğrenci ile işbirliği yapılması, Bu öğrencilerin kendi ülkelerinden yönlendirdiği hastalar ile sağlık turisti sayısının % 5 artması 1 farklı ülkeden Uluslararası sağlık turizmi alanında hasta tedavi edilmesi 5 sene içerisinde; Uluslararası sağlık turizmi alanında acente hizmeti veren kurum sayısının % 10 artması

KAYSERİ SAĞLIK TURİZMİNİN GELİŞTİRİLMESİ MEVCUT DURUM ANALİZİ VE EYLEM PLANI

EYLEM	AÇIKLAMA	SORUMLU KURUM	PAYDAŞLAR	VADE	PERFORMANS GÖSTERGELERİ
					İşbirliği yapılan öğrencilerin % 10'unun sağlık yetki belgesi sahibi kurumlar tarafından istihdam edilmesi
EYLEM 2: Kayseri'de İkamet Eden Yabancı Ülke Vatandaşları ile Bir Araya Gelinmesi	İlde yaşayan yabancılar ile; iletişime geçilerek işbirliği teklif edilmesi	ASTUDER, Kayseri Büyükşehir Belediyesi	Sağlık kurumları, İl Emniyet Müdürlüğü, Spor kulüpleri	2022 sonu - 2025 sonu aralığı	<u>1 sene içerisinde;</u> Kayseri'de ikamet eden 5 yabancı ülke / çifte vatandaşlık sahibi kişi ile işbirliği yapılması <u>3 sene içerisinde;</u> Kayseri'ye gelen sağlık turisti sayısında % 10 artış A grubu işletme belgesine sahip acente sayısının % 10 artması
Sağlık Hizmeti Altyapı Alanında					
HEDEF 1: Sağlık Turizmi Kurumlarının Kurumsal Kapasitesinin ve Hizmet Standartlarının Yükseltilmesi					
STRATEJİ 1: Kurum ve kuruluşların hizmet kalitesinin yükseltilmesi					
SONUÇ: Kayseri'ye gelen sağlık turisti sayısının % 10 artması					
EYLEM 1: Sağlık kurum ve kuruluşlarına standartların uygulanması	Sağlık kurum ve kuruluşlarının 'Sağlık Hizmeti Kalitesinin Geliştirilmesi ve Değerlendirilmesine Dair Yönetmelik" te yer alan standartların uygulanması	İl Sağlık Müdürlüğü	Özel ve kamu sağlık kurumları & hastaneler, ASTUDER	2022 sonu - 2025 sonu aralığı	<u>1 sene içerisinde;</u> Sağlık turizmi alanında faaliyet gösteren 15 kurumun SKS kapsamında değerlendirilmesi 13 Kurumun değerlendirme sonucunda 85 puan üzerinde alması

KAYSERİ SAĞLIK TURİZMİNİN GELİŞTİRİLMESİ MEVCUT DURUM ANALİZİ VE EYLEM PLANI

EYLEM	AÇIKLAMA	SORUMLU KURUM	PAYDAŞLAR	VADE	PERFORMANS GÖSTERGELERİ
EYLEM 2: Kurumların kurumsallaşma alanında adım atmalarının sağlanması	Kurumsallaşma ve / veya uluslararasılaşma alanlarında profesyonel danışmanlık hizmeti alınması	ASTUDER	Özel ve kamu sağlık kurumları & hastaneler, sağlık turizmi alanında faaliyet gösteren kurumlar	2022 sonu – 2025 sonu aralığı	<u>2 sene içerisinde;</u> Uluslararası sağlık turizmi alanında yaşanan hukuki anlaşmazlık / adli problem sayısının % 60 azalması, Uluslararası sağlık turizmi konusunda; Hukuki danışmanlık hizmeti alan kurum sayısının % 10 artması Kurumsallaşma alanında danışmanlık hizmeti alan kurum sayısının % 20 artması http://healthtourism.gov.tr portalında verileri güncel ve tam olan / Kendi çok dilli web portal olan hastane sayısının % 5 artması
STRATEJİ 2: Sağlık kurum ve kuruluşlarının hizmet kalitelerinin belgelendirilmesi					
SONUÇ: Kayseri'ye gelen sağlık turisti sayısının % 10 artması					
EYLEM 1: Sağlık Kurumları Arasında Mükemmeliyet Merkezi Çalışması ile Derecelendirilmesi	Kurumların sağlık hizmeti alıcısına güven telkin etmesi, verilen hizmetin ve kurumların öne çıkacağı branşların belirlenmesi amacıyla bağımsız bir kurum tarafından değerlendirilerek derecelendirilmesi	İl Sağlık Müdürlüğü	Kayseri Büyükşehir Belediyesi, ASTUDER	2022 sonu - 2025 sonu aralığı	<u>6 ay içerisinde;</u> Sağlık Turizmi Mükemmeliyet Merkezi kriterlerinin belirlenmesi, <u>1 sene içerisinde;</u> Kriterler çerçevesinde sağlık turizmi alanında kurumların değerlendirilmesi Kayseri'ye gelen sağlık turisti sayısının % 5 artması Kayseri'deki hastanelerde uygulanan tedavi sayısının % 5 artması http://healthtourism.gov.tr portalında verileri güncel ve tam olan / Kendi çok dilli web portal olan hastane sayısının % 5 artması <u>3sene içerisinde;</u> Mükemmeliyet merkezi değerlendirme

KAYSERİ SAĞLIK TURİZMİNİN GELİŞTİRİLMESİ MEVCUT DURUM ANALİZİ VE EYLEM PLANI

EYLEM	AÇIKLAMA	SORUMLU KURUM	PAYDAŞLAR	VADE	PERFORMANS GÖSTERGELERİ
					neticesinde 80 puan ve üstü alan 4 sağlık kurumu olması Kayseri'deki hastanelerde uygulanan tedavi sayısının % 10 artması
EYLEM 2: Sağlık kurumlarının uluslararası geçerliliği olan belgeleri almaları için çalışmaların yürütülmesi	İlde bulunan sağlık turizmi hizmet sağlayıcıların JCI gibi uluslararası belge ve / veya sağlık turizmi yetki belgesi sayısının artması için çalışılması	İl Sağlık Müdürlüğü, Özel ve kamu sağlık kurumları & hastaneler	ASTUDER	2025 sonu - 2030 sonu aralığı	<u>2 sene içerisinde;</u> Akredite belge sahibi kurum / kuruluş sayısının % 15 artması http://healthtourism.gov.tr portalında verileri güncel ve tam olan / Kendi çok dilli web portal olan hastane sayısının % 10 artması
STRATEJİ 3: Sağlık kurum ve kuruluşlarının hizmet altyapısının iyileştirilmesi					
SONUÇ: Kayseri'ye gelen sağlık turisti sayısının % 10 artması					
EYLEM 1: Sağlık Kurumları'nın Web Sitesinin Geliştirilmesi	Sağlık turizmi alanında hizmet veren kurumların web sitelerinin güncel olması ve en az bir yabancı dilde hazırlanması	İl Sağlık Müdürlüğü	ASTUDER	2022 sonuna kadar	<u>6 ay içerisinde;</u> Sağlık turizmi yetki belgesi sahibi en az 13 kurumun güncellenmiş web sitesi En az 1 yabancı dilde güncellenmiş 13 sağlık turizmi yetki belgesi sahibi kurum web sitesi <u>1 sene içerisinde;</u> http://healthtourism.gov.tr portalında verileri güncel ve tam olan / Kendi çok dilli web portal olan hastane sayısının % 5 artması

KAYSERİ SAĞLIK TURİZMİNİN GELİŞTİRİLMESİ MEVCUT DURUM ANALİZİ VE EYLEM PLANI

EYLEM	AÇIKLAMA	SORUMLU KURUM	PAYDAŞLAR	VADE	PERFORMANS GÖSTERGELERİ
EYLEM 2: Sağlık turizmi ve destekleyici hizmet sektörlerinde Kalite Yönetim Sistemi (ISO gibi) belgelendirme çalışmaları	Hizmet kalitesinin iyileşmesine katkıda bulunacak kalite yönetim sistemleri hizmet sektörüne kazandırılması ve hizmet kalitesinin iyileştirilmesi için ISO gibi çalışmalar yapılması	İl Sağlık Müdürlüğü, ASTUDER	Kamu ve özel sağlık kurumları, sağlık turizmi alanında faaliyet gösteren kurumlarla bir arada çalışan kurum	2022 sonu – 2025 sonu aralığı	<u>1 sene içerisinde;</u> Kalite Yönetim Sistemi belgesi alan kurum/kuruluş sayısının % 10 artması <u>3 sene içerisinde;</u> Kalite Yönetim Sistemi belgesi alan kurum/kuruluş sayısının % 20 artması
HEDEF 2: Sağlık Bakanlığının yabancı sağlık turistlerine yönelik yeni düzenlemelerde bulunması					
STRATEJİ 1: Sağlık Bakanlığına yaşanan sorunların bildirilmesi ve iyileştirmelerin yapılması					
SONUÇ: Yurtdışından gelen sağlık turistleri kapsamında düzenlenen 1 istisnai durum					
EYLEM 1: Yabancı hastalarda istisna olabilecek alanlar hakkında T.C.Sağlık Bakanlığı ile düzenlemeler için görüşülmesi	Ülkemiz kanunlarınca yasak olan ancak istisnai olarak yabancı sağlık hizmeti almaya gelen sağlık turistlerine yönelik ayrıcalıklar tanınması için girişimler yapılması	İl Sağlık Müdürlüğü	Kamu ve özel sağlık kurumları ile hastaneler, ASTUDER	2022 sonu - 2025 sonu aralığı	<u>5 sene içerisinde;</u> Sağlık Bakanlığı'nın sağlık turizminde yabancı turistlere yönelik istisnai durumlar belirlemesi ve kamuoyuna duyurulması Yaşayan 1 durumda; yabancı ülke vatandaşı sağlık turistlerine yönelik istisna uygulanması
HEDEF 3: Sağlık Turizmi Kapsamında Gelen Hastaların Memnuniyetlerinin Arttırılması					
STRATEJİ 1: Hastaların verdiği geri bildirimler ilgili kurumlara raporlanarak hasta memnuniyetinin belirlenmesi.					
SONUÇ: Kayseri sağlık turisti hasta sayısının % 5 artması					
EYLEM 1: Bağımsız bir kurumdan memnuniyet hizmeti çalışması alınması	Sağlık turistlerinin memnuniyetlerinin bağımsız bir kurum tarafından ölçülendirilmesi	Sağlık turizmi konusunda faaliyet gösteren / göstermek isteyen kurumlar	ASTUDER, İl Sağlık Müdürlüğü	2022 sonu kadar	<u>6 ay içerisinde;</u> Hasta memnuniyet kriteri şablonunun oluşturulması belirlenmesi, <u>1 sene içerisinde;</u> % 75 Memnuniyet oranı belirten sağlık turizmi hastaları A grubu işletme belgesine sahip acente

KAYSERİ SAĞLIK TURİZMİNİN GELİŞTİRİLMESİ MEVCUT DURUM ANALİZİ VE EYLEM PLANI

EYLEM	AÇIKLAMA	SORUMLU KURUM	PAYDAŞLAR	VADE	PERFORMANS GÖSTERGELERİ
					sayısının 1 artması <u>3 sene içerisinde;</u> % 90 Memnuniyet oranı belirten sağlık turizmi hastaları A grubu işletme belgesine sahip acente sayısının % 10 artması
STRATEJİ 2: Yurtdışından gelen hastaların ve beraberindekilerin kaliteli zaman geçirmelerinin sağlanması					
SONUÇ: Kayseri'ye gelen sağlık turisti hastalarının % 10'unun sunulan etkinliklere katılması					
EYLEM 1: Yerel ürün satışı yapılan ticari işletmelerle işbirliği yapılması	Kayseri'nin yerel ürünlerinin (pastırma, sucuk, mantı, halı, Soğanlı bebeği vb.) satışını gerçekleştiren lokal ticari işletmelerle işbirliği yapılması	Kayseri Büyükşehir Belediyesi, Kayseri Ticaret Odası	ASTUDER, Sağlık turizmi alanında faaliyet gösteren Kamu ve özel kurumlar	2022 sonu – 2025 sonu aralığı	<u>1 sene içerisinde;</u> Sağlık turistlerine yerel ürünlerin nasıl üretildiği / yapıldığı hakkında bir gezi planı çıkarılması Yerel ürünlerin nasıl yapıldığı turlarına katılanların; gelen sağlık turisti ve refakatçilerin % 10'unu oluşturması Yurtdışından gelen sağlık turistleri yerel ürünleri temin edecekleri lokal 5 işletme ile işbirliği / protokol yapılması <u>3 sene içerisinde;</u> Yerel ticari işletmelerin sağlık turizmi kapsamında ilimize gelen kişiler ve refakatçilerinden elde edilen kazancın % 15 artması A grubu işletme belgesine sahip acente sayısının % 10 artması
EYLEM 2: Şehir içinde yer alan tarihi eserlere gezi düzenlenmesi	Kayseri'de yer alan Ermeni, Rum, Selçuklu ve diğer dönem eserleri, ibadethane, müze ve ören yerlerinin rehberli tur programı ile ziyaret edilmesi	Kayseri Büyükşehir Belediyesi, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	ASTUDER, Sağlık turizmi alanında faaliyet gösteren Kamu ve özel kurumlar	2022 sonu – 2025 sonu aralığı	<u>6 ay içerisinde;</u> Kayseri şehir içinde yer alan Selçuklu ve diğer tarihi eserlerin gezi turu güzergahının belirlenmesi Rehberli tur programı oluşturulması <u>1 sene içerisinde;</u> Tarihi şehir turuna, yurtdışından gelen

KAYSERİ SAĞLIK TURİZMİNİN GELİŞTİRİLMESİ MEVCUT DURUM ANALİZİ VE EYLEM PLANI

EYLEM	AÇIKLAMA	SORUMLU KURUM	PAYDAŞLAR	VADE	PERFORMANS GÖSTERGELERİ
					sağlık turistleri ve refakatçilerinininim % 10'unun katılması
EYLEM 3: Merkez dışına ve il etrafında bulunan ören yerleri ve tarihi eserlere kültürel tur düzenlenmesi	Kayseri civarında bulunan; Ağırnas Köyü, Bezirhaneler, Erciyes Dağı, Sultan Sazlığı, Kapadokya gibi tarihi ve ören yerlerinin rehberli ziyaret edilmesi	Kayseri Büyükşehir Belediyesi, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	ASTUDER, Sağlık turizmi alanında faaliyet gösteren Kamu ve özel kurumlar	2022 sonu – 2025 sonu aralığı	<u>6 ay içerisinde;</u> Sağlık turisti ve beraberindeki refakatçilerine 1 ve 2 günlük rehberli tur güzergahının belirlenmesi 1 ve 2 günlük rehberli tur programlarının oluşturulması <u>1 sene içerisinde;</u> Tarihi şehir turuna, yurtdışından gelen sağlık turistleri ve refakatçilerinininim % 10'unun katılması
İşbirliği ve Farkındalık Alanında					
HEDEF 1: Sektörde çalışan Kurumlar arası koordinasyonun geliştirilmesi					
STRATEJİ 1: Sektörde yer alan kurumlar arasında koordinasyonun sağlanması					
SONUÇ: Sektör paydaşlarının Uluslararası Sağlık Turizmi alanında işbirliği sonucunda ekonomik hacimlerinin % 25 artması					
EYLEM 1: Hastane Sahipleri ve Başhekimler ile Periyodik Toplantılar Yapılması	hastane sahipleri ve başhekimlerini bir araya gelmesi, beyin fırtınası ve ortak akıl/vizyon toplantıları düzenlenmesi	Kayseri Büyükşehir Belediyesi	ASTUDER, İl Sağlık Müdürlüğü	2022 sonu kadar	<u>1 sene içerisinde;</u> Hastane sahiplerinin de sağlık turizmi konusunu sahiplenmesi, 2022 sene sonuna kadar gerçekleştirilmiş 6 toplantı <u>2 sene içerisinde;</u> Uluslararası sağlık turizmi birimi sahibi kurum sayısının % 5 artması Sağlık kurumlarının sağlık turizmi tanıtım ve pazarlama için ayırdıkları bütçenin % 50 artması www.healthtourismkayseri.com aracılığı ile tedavi edilen hasta sayısının % 15 artması http://healthtourism.gov.tr portalında verileri güncel ve tam olan / Kendi çok

KAYSERİ SAĞLIK TURİZMİNİN GELİŞTİRİLMESİ MEVCUT DURUM ANALİZİ VE EYLEM PLANI

EYLEM	AÇIKLAMA	SORUMLU KURUM	PAYDAŞLAR	VADE	PERFORMANS GÖSTERGELERİ
					dilli web portal olan hastane sayısının % 10 artması Uluslararası sağlık turizmi biriminde çalışan yabancı dil bilen personel sayısının % 10 artması Yetki belgesi alan kurum sayısının % 10 artması
EYLEM 2: Hastaneler ile Sağlık Turizmi Acenteleri Ortak Akıl Toplantısı	Sağlık hizmeti sağlayan kuruluşlar ile sağlık turizminde faaliyet gösteren acentelerin bir araya gelmesi ve çalışma modelleri oluşturulması	Kayseri Büyükşehir Belediyesi	ASTUDER	2022 sonuna kadar	<u>1 sene içerisinde;</u> Sektör paydaşlarının 4 kurumun kendi aralarında işbirliği anlaşması / protokolü yapması <u>2 sene içerisinde;</u> Uluslararası sağlık turizmi kapsamında ağırlanan 1 heyet Kayseri’de 5 yıldızlı otellerdeki yatak sayısının % 2 artması
STRATEJİ 2: Kurumların bir araya gelerek paket ürünler sunması					
SONUÇ: Sunulan paketler ile Kayseri’ye gelen sağlık turisti sayısının, toplam uluslararası sağlık turistinin % 10’unu teşkil etmesi					
EYLEM 1: Sağlık Turizmi için Paket Ürünler Hazırlanması	Hastaneler, aracı kurumlar ve otellerin işbirliği yapması sağlanarak her şey dahil sağlık turizmi paketlerini hazırlanması	Kayseri Büyükşehir Belediyesi	Kayseri Ticaret Odası, İl Kültür Müdürlüğü, İl Sağlık Müdürlüğü, ASTUDER	2022 sonuna kadar	<u>1 sene içerisinde;</u> Hazırlanmış check-up paketi <u>2 sene içerisinde;</u> Hazırlanmış en az 3 her şey dahil sağlık turizmi paketi, sağlık turisti sayısında % 10 artış
EYLEM 2: Tur Operatörleri ile Görüşme	Öncelikle Erciyes A.Ş.’nin çalıştığı ve 4 ülkeden kayak turisti getiren charter uçakla hizmet veren tur operatörleri ile görüşülmesi	ASTUDER	Kayseri Büyükşehir Belediyesi, Erciyes A.Ş.	2022 sonuna kadar	<u>2 sene içerisinde;</u> Charter uçakla Kayseri’ye bir ülkeden sağlık turisti getirilmesi Hedef pazarda pazarlama yapılması ile Kayseri’ye gelen sağlık turisti sayısında % 15- 20 artış

KAYSERİ SAĞLIK TURİZMİNİN GELİŞTİRİLMESİ MEVCUT DURUM ANALİZİ VE EYLEM PLANI

EYLEM	AÇIKLAMA	SORUMLU KURUM	PAYDAŞLAR	VADE	PERFORMANS GÖSTERGELERİ
EYLEM 3: Hedef ülkelere yönelik tele-marketing yapılması	Kayseri'ye direkt uçak ile gelen gurbetçi vatandaşlarımızın iletişim bilgilerine ulaşarak seyahatlerinden önce tele-marketing ile pazarlama yapılması	ASTUDER	Kamu ve özel hastaneler ve sağlık kurumları	2025 sonu - 2030 sonu aralığı	<u>1 sene içerisinde;</u> Tele-marketing için sağlık turizmi yetki belgesi kurumların bütçe ayırması Telemarketing yapılması için bir firma ile anlaşılması 500 potansiyel sağlık turisti / Kayseri ziyaretçisi ile görüşme yapılması Görüşmelerin % 10'unun satışa dönüşmesi <u>2 sene içerisinde;</u> Kayseri'yi tercih eden sağlık turisti sayısında % 15 - 20 artış Telemarketing ile hizmet alanların sayısının; toplam sağlık turisti sayısının % 5'ini oluşturması 1000 sağlık turistine tele-marketing yolu ile teklif gönderilmesi
STRATEJİ 3: HİSER Projesi başvurusu yapılması					
SONUÇ: Kayseri'ye gelen uluslararası sağlık turisti sayısının % 20 artması					
EYLEM 1: T.C. Ticaret Bakanlığı kümelenme proje yapılması konusunda çalışılması	HİSER Projesi başvurusu hazırlığı ve başvurulması	ASTUDER	Kayseri Büyükşehir Belediyesi, İl Sağlık Müdürlüğü, kurumları	2022 sonuna kadar	<u>1 sene içerisinde;</u> HİSER proje başvurusunun T.C.Ticaret Bakanlığı'na sunulması Uygulamaya başlayan HİSER projesi <u>3 sene içerisinde;</u> Kayseri'ye 3 farklı ülkeden sağlık turisti gelmeye başlaması, Hastanelerin Sağlık turizmi pazarlama / tanıtım için ayrılan bütçesinin % 50 artması Kayseri'ye gelen sağlık turisti sayısının % 10 artması Ulusal ve Uluslararası basında Kayseri

KAYSERİ SAĞLIK TURİZMİNİN GELİŞTİRİLMESİ MEVCUT DURUM ANALİZİ VE EYLEM PLANI

EYLEM	AÇIKLAMA	SORUMLU KURUM	PAYDAŞLAR	VADE	PERFORMANS GÖSTERGELERİ
					Sağlık Turizmi hakkında 10 haber yayınlanması
Altyapı & Yaşam ve Ulaşım Alanında					
HEDEF 1: Kayseri'ye direkt ulaşımın geliştirilmesi / kolaylaştırılması					
STRATEJİ 1: Yurtdışından Kayseri'ye havayolu bağlantısının güçlendirilmesi					
SONUÇ: Direkt uçuş ile Kayseri gelen uluslararası sağlık turisti sayısının % 15 artması					
EYLEM 1: Havayolu Şirketleri ile Direkt Uçuş Artırılması Görüşmesi	Birincil ve ikincil hedef ülkelerden sonra Kayseri için yeni hedef pazarlar belirlenerek direkt uçuş artırılması için görüşmeler yapılması	Kayseri Valiliği, Kayseri Büyükşehir Belediyesi, İl Kültür Turizm Müdürlüğü, ASTUDER	İl Sağlık Müdürlüğü, Kamu ve özel hastaneler	2025 sonu - 2030 sonu aralığı	<u>1 sene içerisinde;</u> Yurtdışından direkt uçuş ile gelen turist sayısında % 15 artış <u>3 sene içerisinde;</u> Yurtdışından direkt uçuş ile gelen sağlık turisti sayısında % 25 artış

KAYNAKÇA

1. <https://www.patientsbeyondborders.com/>
2. <https://en.bookimed.com/article/top-10-medical-tourism-destinations-best-countries-for-treatment/>
3. <https://healthcareinamerica.us/medical-tourism-emerging-trends-to-watch-in-2020-c46b37257eba>
4. <https://medium.com/@medmonks/top-10-medical-tourism-destinations-214864de3a2b>
5. <https://www.cnbc.com/2014/03/12/top-destinations-for-health-tourism.html>
6. <https://wotmed.com/blog-10-best-countries-for-medical-tourism/>
7. <https://praguemedicalinstitute.co.uk/>
8. <https://www.medicaltravelczech.com/>
9. <http://www.pamt.org/index.php>
10. <http://www.mymedholiday.com/>
11. <https://medicaltourismmalaysia.com/>
12. <https://www.theguardian.com/business/2014/jun/01/poland-medical-tourism-half-price>
13. <https://www.patientsbeyondborders.com/media>
14. <http://www.thefiscaltimes.com/2016/08/17/14-Million-Americans-Will-Go-Abroad-Medical-Care-Year-Should-You>
15. <https://www.medimagazin.com.tr/guncel/genel/tr-turkiyenin-beklenen-saglik-turizm-rakami-30-milyar-dolar-11-681-79065.htm>
16. T.C. Ticaret Bakanlığı, 2015-8 sayılı Döviz Kazandırıcı Hizmet Ticaretinin Desteklenmesi Hakkında Karar - <https://ticaret.gov.tr/hizmet-ticareti/doviz-kazandirici-hizmet-ticareti/destek-mevzuati-icerik/uygulama-usul-ve-esaslari-genelgesi-01-01-2020-tarihi-itibariyle-mulga>
17. Nielsen (2015) Word-Of-Mouth Recommendations Remain The Most Credible, <https://www.nielsen.com/id/en/press-releases/2015/word-of-mouth-recommendations-remain-the-most-credible/>
18. <https://www.haberler.com/turkiye-nin-saglik-turizmi-ukrayna-da-tanitilacak-12913383-haberi/>
19. https://auzefalmsstorage.blob.core.windows.net/auzefcontent/ders/saglik_turizmi_yonetimi/14/index.html
20. T. C. Sağlık Bakanlığı, Türkiye Medikal Turizmi Değerlendirme Raporu, 2013. <http://dosyasb.saglik.gov.tr/Eklenti/535.turkiye-medikal-turizm-degerlendirme-raporu-2013pdf.pdf>
21. <http://www.ushas.com.tr/saglik-turizmi.html>
22. <https://multeciler.org.tr/turkiyedeki-suriyeli-sayisi/>

23. 10. Kalkınma Planı, Sağlık Turizminin Geliştirilmesi Programı Eylem Planı,
24. 19. Ulusal Turizm Kongresi, Sağlık Turizmi Bildiriler Kitabı, 17-21 Ekim 2018.
25. Akarcalı S., Tontuş H.Ö., (2016); Azerbaycan, Birleşik Arap Emirlikleri, Katar, Kazakistan, Rusya, Suudi Arabistan, Ukrayna Ülke Raporları; <http://www.satirk.gov.tr/stur.php>
26. Azimi R., Mahmoudi G., Esmaili H.A. (2017); A Study of the Effect of Advertising on Attracting Medical Tourism, Int J Travel Med Glob Health. 2017 Sep; 5(3): 89-93
27. BEBKA, Bursa Eskişehir Bilecik Kalkınma Ajansı, Bursa Sağlık Turizmi Master ve Eylem Planı.
28. Burtan Doğan, B., Aslan, A. "Türkiye'de Sağlık Turizminin Mevcut Durumu Ve Ülke Ekonomisine Katkıları". Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi 9 (2019): 390-418 <<https://dergipark.org.tr/tr/pub/duiibfd/issue/50400/649090>>
29. Connell, J. (2006). Medical tourism: Sea, sun, sand and surgery. Tourism Management, 27(6), 1093-1100.
30. Crooks V.A., Turner L., Snyder J., Johnston R., Kingsbury P., (2011); Promoting medical tourism to India: messages, images and the marketing of international patient travel. Soc Sci med 2011; 72(5): 726-732.
31. Crooks V.A., Turner L., Snyder J., Johnston R., Kingsbury P., (2011); Promoting medical tourism to India: messages, images and the marketing of international patient travel. Soc Sci med 2011; 72(5): 726-732. Doi: 10.1016/j.socscimed.2010.12.022
32. DAKA; Doğu Anadolu Kalkınma Ajansı, Sağlık Turizmi Van Destinasyonu Fizibilite Raporu.
33. Edinsel S., Adıgüzel O., 2014. Türkiye'nin Sağlık Turizmi Açısından Son Beş Yıldaki Dünya Ülkeleri İçindeki Konumu ve Gelişmeleri, Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi Y.2014, Cilt 4, Sayı 2, ss.167-190
34. European Parliament, Directorate – General for International Policies, Policy Department, Structural and Cohesion Policies, Transport and Tourism, Research for TRAN Committee – Health Tourism in EU: a general investigation 2017.
([https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2017/601985/IPOL_STU\(2017\)601985_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2017/601985/IPOL_STU(2017)601985_EN.pdf))
35. Giray, F., Çimen, G. Sağlık Harcamalarının Düzeyini Belirleyen Faktörler: Türkiye ve OECD Ülkeleri Analizi, Sayıştay Dergisi, Sayı: 111, Ekim – Aralık, 2018.
<https://www.sayistay.gov.tr/tr/Upload/95906369/files/dergi/pdf/der111m6.pdf>
36. Kayseri Sağlık Turizmi Çalıştayı, Kayseri Büyükşehir Belediyesi Yayınları, Yayın No: 151, Eylül 2019.
37. Kayseri İl Sağlık Müdürlüğü Verileri, 2019.
38. Mevlana Kalkınma Ajansı, Konya Hastane Sektörü Sağlık Turizmi Eylem Planı
39. Moghavvemi S., Suhaiza Zailani S., Suhana Mohezar Ali S., Musa G., (2014); Islamic medical tourism Providers in Malaysia: challenges and opportunities; Annual International Conference on Management and Technology in Knowledge, Service, Tourism & Hospitality 2014.

40. Moghavvemi S. et al., (2017). Connecting with prospective medical tourists online: A cross-sectional analysis of private hospital websites promoting medical tourism in India, Malaysia and Thailand, *Tourism Management*, 58 (2017) 154-163.
41. Nilashi M., Samad S. et.al., 2019, Factors influencing medical tourism adoption in Malaysia: A DEMATEL- Fuzzy TOPSIS approach, *Computers and Industrial Engineering* 137, 106005.
42. OECD, 2011, Medical Tourism: Treatments, Markets and Health System Implications: A scoping review, OECD Report.
43. Orta Anadolu Kalkınma Ajansı, Kayseri Sosyal Durum Analizi Raporu, http://www.oran.org.tr/images/dosyalar/20190918155744_0.pdf
44. Orta Anadolu Kalkınma Ajansı, Kayseri ve Bölgesinde Sağlık Turizmi, BM Kurumsal Hizmet Gücü Türkiye 6. Ekibi Sunumu, 27 Nisan 2011.
45. Orta Anadolu Kalkınma Ajansı, TR72 Turizm Sektörel Çalışma Grubu Raporu, Eylül 2015.
46. Özer, Ö., Songur, C. (2013). Türkiye'nin Dünya Sağlık Turizmindeki Yeri ve Ekonomik Boyutu - Turkey's Position in the World Health Tourism and Its Economic Dimension. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4 (7), 69-81.
47. SATURK, (2017), Sağlık Turizmi Nedir?
48. SATURK, (2017) Dünya'da Sağlık Turizmi
49. SATURK, (2017) Türkiye'nin Sağlık Turizmindeki Önemi
50. SATURK, (2017) Sağlık Turizminde Tanıtım ve Markalaşma
51. Şahbaz R.P., Akdu U., Akdu S., (2012). Türkiye'de Medikal Turizm Uygulamaları; İstanbul ve Ankara Örneği, *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt: 15, Sayı: 27.
52. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, Türkiye Sağlık (Medikal) Turizmi Stratejisi 2023, Uzmanlık Tezi, Nuray Topuz (2012)
53. T.C. Sağlık Bakanlığı, Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü, Sağlık Turizmi Daire Başkanlığı <https://saglikturizmi.saglik.gov.tr>
54. Temgilimoğlu, D. (2018), Sağlık Turizminin Parlayan Yıldızı Türkiye, <http://www.alwalimag.com/turkish/saglik-turizminin-parlayan-yildizi-turkiye/>
55. Tontuş H.Ö., (2015a); Sağlık Turizminde Tanıtım ve Markalaşma, <http://dosyamerkez.saglik.gov.tr/Eklenti/10952,10pdf.pdf?0>
56. Tontuş H.Ö., (2015b). Tüm Yönleriyle Sağlık Turizmi; Ülkeler <http://www.saturk.gov.tr/ust.php> (Avrupa; Birleşik Krallık, Kıta Avrupası; Almanya, Avusturya, Belçika, Hollanda, Macaristan, Rusya, Kıta Avrupası, İskandinav Ülkeleri; Danimarka, Finlandiya, İsveç, Norveç, Kuzey & Orta & Güney Amerika, Asya; Azerbaycan, Hindistan, Irak, Mogolistan, Körfez Ülkeleri; Bahreyn, Katar, Dubai, Kuveyt, Libya ve Uzak Doğu Ülkeleri; Japonya, Singapur, Malezya, Tayland)
57. Tontuş, H.Ö., (2018), Sağlık Turizmi Tanıtımı ve Sağlık Hizmetlerinin Pazarlanması İlkeleri Üzerine Değerlendirme
58. TÜİK, Sağlık ve Sosyal Koruma İstatistikleri. <http://tuik.gov.tr/UstMenu.do?metod=temelist>

59. USHAŞ, <http://www.ushas.com.tr/saglik-turizmi.html>
60. TÜRSAB Sağlık Turizmi Raporu, 2014.
61. Tütüncü, Ö., Kiremitçi, İ., Çalışkan, U. Sağlık turizmi, güvenlik ve kalite. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*. 2011; 22(1): 91-93.
62. WHO, World Health Istatistics, 2020.
<https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/324835/9789241565707-eng.pdf?sequence=9&isAllowed=y>
63. Yılmaz, S., Sarıaydın, İ., Dilci Sönel, S. (2020) İngiltere Özelinde Türkiye'nin Sağlık Turizmi Fırsatları, *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi (ASEAD) Eurasian Journal of Researches in Social and Economics (EJRSE) ISSN: 2148-9963*