

Küreselleşme ve Sağlık Turizmi: Kavramsal Çerçeve, Dünya Eğilimleri ve Türkiye Örneği

Can Serkan Tuncay¹

Özet

Küreselleşme, teknolojik gelişmeler ve ulaşım imkanlarının artmasıyla uluslararası sınırların önemini yitirmesi, mal, hizmet ve insan dolaşımını hızlandırmıştır. Bu süreç, turizm sektörünü küresel bir endüstri haline getirirken, sağlık turizminin de önemli bir ekonomik olgu olarak ortaya çıkmasını sağlamıştır. Sağlık turizmi, bireylerin tedavi, rehabilitasyon veya sağlıklı yaşam amacıyla ikamet ettikleri yerden başka bir ülkeye seyahat etmesi olarak tanımlanır. Dünya Sağlık Örgütü bu alanı medikal, termal-wellness ve ileri yaş turizmi olarak üç ana başlıkta sınıflandırmaktadır. Geçmişte hastalar daha gelişmiş ülkelere seyahat ederken, günümüzde maliyet avantajları ve kaliteli hizmet nedeniyle gelişmiş ülkelerden gelişmekte olan ülkelere doğru “ters yönlü bir küreselleşme” yaşanmaktadır.

Türkiye, coğrafi konumu, gelişmiş sağlık altyapısı, rekabetçi fiyatları, zengin kültürel mirası ve devlet teşvikleri sayesinde sağlık turizminde dünyanın önde gelen destinasyonlarından biri haline gelmiştir. Özellikle estetik cerrahi, saç ekimi, göz, kalp ve diş tedavileri gibi alanlarda Avrupa ve Orta Doğu'dan yoğun talep görmektedir. Türkiye'nin turizm stratejileri, ülkeyi sağlık turizminde bir dünya lideri yapmayı hedeflemekte; hizmet kalitesini artırmak, tanıtım faaliyetlerini güçlendirmek ve tesis altyapısını geliştirmek bu hedefin temel bileşenleridir. Bu doğrultuda, sektörün ülke ekonomisine katkısının artarak devam etmesi beklenmektedir.

1 Öğretim Görevlisi, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, cserkan.tuncay@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-5543-5904>

1. Giriş

Teknolojik ilerlemeler ve Dünya Ticaret Örgütü'nün çalışmaları sayesinde ülkeler arasındaki sınırların önemi azalmıştır. Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Genel Anlaşması gibi düzenlemeler, mal ve hizmetlerin uluslararası alanda serbest ve kolay bir şekilde dolaşımını sağlamaktadır. Bu serbest dolaşım, sadece ticari ürünleri değil; aynı zamanda medikal ekipmanları, sağlık profesyonellerini ve sağlık hizmeti almak isteyen bireyleri de kapsayarak onlara uluslararası hareketlilik imkânı tanımaktadır. İşte bu küresel hareketlilik, sağlık turizminin önemli bir ekonomik olgu olarak ortaya çıkmasının önünü açmıştır (Smith, 2004). Bu küresel eğilime paralel olarak, bireylerin kendi zamanlarını ve paralarını kişisel tercihlerine göre harcama fikri de yaygınlaşmıştır. Bu anlayış, günümüzde bireylere sayısız serbest zaman değerlendirme deneyimi sunan devasa bir endüstrinin gelişmesine zemin hazırlamıştır (Doğru, 2019).

Küreselleşme, dünya genelinde artan bir karşılıklı bağıllık durumunu ifade eder ve ulusal ekonomilerin birbirine giderek daha bağımlı hale gelmesiyle kendini gösterir. Bu durum, pazarların, üretimin, rekabetin ve iletişimin küresel bir boyut kazanmasına neden olmuştur. Süreç, genişleyen bilgi, teknoloji, sermaye, mal, hizmet ve insan akışlarıyla somutlaşır. Temelde küreselleşme, ulusal ve bölgesel ekonomilerin, toplumların ve kültürlerin; küresel ticaret, iletişim, göç ve ulaşım ağları aracılığıyla entegre olmasıdır. Ancak küreselleşme, pazarların sadece uluslararası hale gelmesinden daha derin bir anlama sahiptir. Bir tanıma göre küreselleşme, dünya üzerindeki tüm halkların tek bir toplum altında birleşmesini sağlayan süreçlerin tamamıdır (Albrow & King, 1990). Bir diğer tanıma göre ise, uzak coğrafyalardaki olayların yerel yaşamı etkileyecek derecede birbirine bağlandığı, dünya çapındaki sosyal ilişkilerin yoğunlaşmasıdır (Giddens, 2003).

2. Küreselleşme ve Turizm İlişkisi

Dünya görüşlerinin, ürünlerin, fikirlerin ve kültürün diğer yönlerinin değişiminden kaynaklanan uluslararası bir entegrasyon süreci olarak küreselleşme, ekonomik küreselleşmeden daha geniş bir kavramdır. Bu daha geniş perspektifte, küreselleşme, ekonomi, siyaset, teknolojik gelişmeler, özellikle medya ve iletişim ve ulaşım teknolojileri, çevresel, sosyal ve kültürel değişim alanlarında eşzamanlı olarak gerçekleşen çok boyutlu bir süreçtir (Al-Rodhan & Stoudmann, 2006). Küreselleşmenin savunucuları, küresel ekonomik büyümeyi desteklediğini, istihdam yarattığını, şirketleri daha rekabetçi hale getirdiğini ve ürün fiyatlarını düşürürken tüketici seçimini genişlettiğini iddia etmektedir. Merkezi bir ülkede bulunan ve bir veya daha

fazla ülkede tamamına veya bir kısmına sahip olunan yan kuruluşları işleten ulusötesi şirketlerin, diğerlerinin yanı sıra teknik bilgi ve eğitimin yayılması, küresel iletişim ve taşımacılığın geliştirilmesi, yeni pazarlar yaratılmasının küreselleşmenin temeli olduğu iddia edilmektedir (Meethan, 2004).

Küreselleşmeyi eleştirenler ise küreselleşmenin gelir eşitsizlikleri yarattığını, yerel endüstrileri yok ettiğini ve gelişmekte olan ekonomilerin gelişmiş ekonomilere bağımlılığını artırdığını, bunun da küçük işletmeler üzerinde olumsuz etkileri olduğunu iddia etmektedir. Yerel düzeydeki olumsuz etkiler arasında, tüketim malları ve hizmetlerinin fiyatlarındaki artış, yerel satın alınabilirliğin ötesinde artan arazi ve konut fiyatları ile kamu hizmetleri ve tesislerine yönelik artan talepler yer almaktadır. Bazı eleştirmenler, çokuluslu şirketlerin işleyişi yoluyla küreselleşmenin etkilerinin, yerli halkların topraklarından sürülmesini, insan hakları ihlallerini, haksız emek ve ücretleri, kültürlerin metalaştırılmasını ve çevresel bozulmayı içerdiğine dair daha güçlü iddialarda bulunmaktadır. Çoğu karşıt bakış açısı gibi, her iki argüman da doğruları içerir ve genellemeler tehlikelidir. Küreselleşmenin etkileri duruma ve bağlama göre değişir. Bu, özellikle turizm endüstrisi ve küreselleşme arasındaki iki yönlü bağlantı için geçerlidir (Mowforth & Munt, 2015).

Artan ticaret ve yatırım akışları yoluyla küreselleşmenin ülkelerin ekonomik refahını artırdığı düşünülmektedir. Özellikle BRIC (Brezilya, Rusya, Hindistan, Çin) gibi gelişmekte olan ekonomilerdeki güçlü gelir artışının, 'yeni zenginler' yeni deneyimler ararken dünya çapında uluslararası turizmdeki artışı yönlendirmesi beklenmektedir. UNWTO (2012) turizmin en az 2030 yılına kadar yıllık %3,3 oranında büyümesini ve bunun temel olarak uluslararası ölçekte ekonomik büyüme tarafından desteklenmesini öngörmektedir. Artan gelir, turizm akışlarının en güçlü üreticisi olduğundan (Crouch, 1994), küreselleşme dinamik bir dünya ekonomisi yarattığı ölçüde, aynı zamanda dünya çapında iç ve dış turizmde sürekli büyüme için ekonomik temel oluşturmaktadır. Turizme dayalı büyüme hipotezinin savunucuları, uluslararası turizmin döviz yaratabileceğini, istihdam yaratabileceğini, yerel yatırımları teşvik edebileceğini, ölçek ekonomilerinden yararlanabileceğini ve teknik bilgiyi yayabileceğini vurgulamaktadır. Eleştirmenler ise, küreselleşmenin turizm büyümesinin ekonomik etkilerini büyük ölçüde azaltan gelir eşitsizliğine, yerel sanayinin yok olmasına, ekonomik bağımlılığa ve turizm harcama kaçaklarına yol açtığını savunmaktadır (Cortes-Jimenez & Pulina, 2010).

Küreselleşme için ortaya konulan bir avantaj, istihdam yaratılmasını teşvik etmesi ve böylece dünya çapında insanların yaşam standardını

yükseltmesi ve bu durumun da yoksulluğu azaltmasıdır. Zamanla, uluslar daha zengin ve daha verimli hale geldikçe, ticaretin faydaları “damlayarak” yoksulluk seviyelerini azaltacaktır. Bu “damla” teorisi gerçekçi olmadığı için eleştirilmiştir (Stiglitz,2003) . Öyle olsa bile , gelen turizm ve ekonomik büyüme arasındaki nedensel bir ilişki, gelişmekte olan ülkelerde daha yüksek yaşam standartlarına yol açmayabilir, çünkü bunlar aynı zamanda gelir dağılımına ve sağlık ve eğitim gibi hizmetlerin kalitesine de bağlıdır. Bazı araştırmalar, turizm büyümesinin bir ülkedeki yoksulluk üzerindeki etkilerini genelleştirirken dikkatli olunmasını önermektedir. Gelişmekte olan ekonomilerin çoğu, sınırlı denizaşırı pazarlara ve ihracat ürünlerine son derece bağımlıdır ve bu, ekonomilerini, ürünlerini satın alan gelişmiş ülkelerde meydana gelen herhangi bir ekonomik bozulmaya karşı savunmasız hale getirir. Küreselleşmeye yönelik önemli bir eleştiri, ekonomilerin ve finansal piyasaların birbirine bağımlılığıyla bağlantılı olarak daha küçük ekonomilere yönelik artan riskin altını çizmektedir. Küresel finansal kriz, dünya piyasalarından gelen talepteki ani olumsuz değişikliklerden kaynaklanan turizm bağımlılığının içerdiği riskleri göstermiştir. Başka bir risk türü, belirli köken pazarlarından turizme çok fazla güvenmeyi veya belirli bir turizm ürününe (örneğin, avlanma, kaplıca turizmi, kumar) çok fazla güvenmeyi içerir. Turizm harcamalarının isteğe bağlı doğası göz önüne alındığında, endüstri her türden (ekonomik, çevresel, politik vb.) krize karşı son derece hassastır. Bir destinasyonun ürün ve hizmetlerini olumsuz yönde etkileyen, onu daha az rekabetçi ve uyarlanabilir hale getiren değişiklikler, önemli maliyetlerle sonuçlanabilir. Kısa vadeli portföy yatırımı özellikle değişkendir. Çokuluslu şirketler, yerel turizm endüstrisi için olumsuz sonuçları olan en uygun düzenleyici rejimleri aramak için yatırımlarını bölgeler arasında değiştirebilirler. Turizmdeki çokuluslu şirketlerin çoğunun mülkiyet yerine yönetim anlaşmalarını tercih etme eğilimi, bu sorunu bir dereceye kadar hafifletmektedir (Hall, 2010).

Gelişmekte olan birçok ülkede, yerel ekonomik faaliyetler ve kaynaklar, toplulukların yararı ve gelişimi için daha az, ihracat ve diğerlerinin (yani dünyanın diğer bölgelerinden gelen tüketiciler) yararlanması için giderek daha fazla kullanılmaktadır. Bu, turizmde iç pazar ihmal edildiğinde ortaya çıkar. Uluslararası turizm pazarına ve ilgili sorunlara aşırı bağımlılıktan kaçınmak için ülkeler, iç turizmin potansiyelinden yararlanmayı keşfedebilir. Özellikle coğrafi olarak büyük ülkelerde (örneğin Rusya, Kanada, Avustralya), iç turizm, gelen turizmin çöküşünden ve mevsimselliğinden kaynaklanan aşırı arzı etkin bir şekilde emebilir. Bu aynı zamanda milli gelirin yeniden dağıtılmasına da yardımcı olur, böylece ekonomik gelişme düzeyindeki bölgeler arası boşlukları azaltır ve sosyal eşitliğe katkıda bulunur. Daha

gelişmiş ekonomilerde, bu özellikler, iç turizmi, küreselleşmenin olumsuz etkilerine ve ilgili politik ekonomi sorunlarına karşı potansiyel olarak umut verici bir önlem olarak görmektedir (Zhao & Li, 2006). Bununla birlikte, birçok gelişmekte olan ülke için, özellikle uluslararası turizm için geliştirilen tesisler, birçok bölge sakini tarafından satın alınamayacak kadar pahalıdır. Bu gibi durumlarda, uluslararası talepteki düşüşün iç taleple nasıl telafi edilebileceğini görmek güçtür.

Konsolidasyon süreçleri küresel turizm endüstrisinin doğasını değiştirmektedir. Birçok turizm firması için, küresel pazarda ayakta kalabilmek, tüm ürünün farklı bileşenlerini sunan şirketlerle birleşmeyi veya devralmayı gerektirmektedir (Čavlek, 2002). Çokuluslu şirketlerin büyümesi ve küresel markaların öneminin artması, turizm endüstrisinde küreselleşmenin ortaya çıkmasında merkezi bir rol oynamıştır. Turizm pazarı sürekli olarak daha fazla konsolidasyona doğru gitmektedir. Bazı turizm sektörlerindeki yüksek yoğunlaşma, dışlayıcı anlaşmalar, fiyat sabitleme, baskın operatörler arasında pazar paylaşımı veya gelişmekte olan ülkelerdeki operatörlerle iş yapmayı bojkot ve reddetme ile kanıtlandığı gibi, pazar gücü ve büyük uluslararası firmalar tarafından potansiyel suistimal edilme potansiyeli yaratır. Bu rekabet karşıtı anlaşmalar ve davranışlar, küreselleşmenin birçok faydasını ortadan kaldırarak, özellikle gelişmekte olan ekonomiler üzerinde önemli maliyetler getirebilir (De Chavez, 1999).

Uluslararası turistlerin harcamaları genellikle yerli turistlerin harcamalarından daha yüksek bir ithalat içeriğini yansıtmaktadır. Ortaya çıkan daha yüksek açık, basitçe bir döviz kaybı ve topluluk dışındaki ekonomik faydaların, seyahat altyapısının çoğunu kontrol eden harici şirketlere ve ülkelere geri dönmesidir. Gelişmekte olan ülkelerin daha zayıf sanayi temelleri, turistler tarafından talep edilen ticari olarak üretilen ürünlerin çoğunun yurt içinde üretilmediği ve dolayısıyla büyük ölçüde ithalata bağımlı olduğu anlamına gelir. Bir destinasyondaki turizm ve diğer sektörler arasındaki zayıf bağlantılar, turizm genişlemesinden kaynaklanan zayıf bir “çarpan etkisi” anlamına gelir. Kaçaklar ayrıca, çok uluslu şirketlerin kârlarının, ev sahibi ülke için çok az mali fayda bırakarak, kârların kendi ülkelerine geri gönderilmesi yoluyla yabancı yerlere ihraç edilmesini de içerir. Daha genel olarak, yerel düzeyde, özellikle turizm bağlamında, küreselleşmenin sözde ekonomik faydalarına şüpheyle yaklaşmak için birkaç neden vardır. Yerel düzeydeki olumsuz etkiler şunları içerir: artan fiyatlar ve mal ve hizmet kıtlığı; yerel satın alınabilirliğin ötesinde arazi ve konut fiyatlarının artması; ve kamu hizmet ve tesislerine yönelik taleplerdeki artışlar. Turizmle ilgili altyapı ve hizmetleri finanse etmek için daha yüksek düzeyde borçluluk ve/veya daha

yüksek vergiler gerekli olabilir ve temel toplum hizmetlerine yapılan kamu harcamaları azaltılabilir (Dwyer ve diğerleri,2000).

Küreselleşme aynı zamanda bir ekonominin üretim üssünün yavaş yavaş aşınması olan sanayisizleşmenin hızını da artırabilir. Yerel işletmeler, özellikle gelişmekte olan ülkeler, küreselleşme nedeniyle çok daha büyük bir rekabetle karşı karşıyadır. Bu, birçoğu turizmde aile sahibi olan yerel küçük ve orta ölçekli işletmeleri (KOBİ'ler), küresel ölçekte rekabet edebilecek kaynaklara sahip olmadıkları için dezavantajlı duruma getirebilir. Yerel halk da dışlanabilir veya satılabilir ve mal ve hizmetlerin yerel fiyatları, vergiler gibi yükselir. Yerel (turizm dışı) endüstrilerin düşüşüyle sonuçlanan ihracata yönelik turizm büyümesinin dışlama etkileri iyi bilinmektedir (Dwyer ve diğerleri,2000).

Seyahat ve turizm şirketleri ve kuruluşları, bilgi ve iletişim teknolojisinin satış ve pazarlama faaliyetlerine giderek daha fazla entegre etmektedir. İnternet, küçük işletmelerin doğrudan tüketicilerle bağlantı kurabileceği ve daha büyük firmalarla eşit düzeyde bir pazar payı için rekabet edebileceği, pazarlama faaliyetinin daha düz bir oyun alanında gerçekleştirilmesini mümkün kılmaktadır (Buhalis & Law, 2008) . Yeni teknolojiler, tüketicinin evinin içinde veya yakınında yeni eğlence biçimleri sunarak küresel olarak turizmle rekabet etmektedir. Gelişmiş veri tabanı yönetim sistemlerine sahip yeni teknolojiler, seyahat ve turizmi kitlesel, standartlaştırılmış ve katı bir şekilde paketlenmiş doğasından daha esnek, özelleştirilmiş, bireysel odaklı bir hale dönüştürmüştür. Teknoloji değişiklikleri böylece artan oranda turizm organizasyonlarının işletme maliyetlerini düşürme ve müşterileri için değer katma yeteneklerini artırma hedeflerine ulaşmasını sağlar. Turizm, uzak destinasyonların daha erişilebilir hale geldiği modern küresel ulaşım sisteminin yaratılmasına yardımcı olmuş ve aynı zamanda havaalanları, oteller ve tatil köyleri gibi seyahat hareketliliğini destekleyen yapıların kurulmasına katkıda bulunmuştur (Cohen, 2012). Yeni teknolojiler seyahat hızını arttırmakta ve gerçek maliyetleri düşürmektedir. Bununla birlikte, gelişmekte olan ülkelerin turizmde teknoloji transferinden tam olarak yararlanabilmelerini engelleyen bir engel, teknolojik faydalardan yararlanmak için uygun altyapıya sahip olmamalarıdır. Bu, gelişmekte olan ülkeler için dezavantajlı olabilir ve Seyahat ve Turizm Rekabet Edebilirlik sıralamalarında belirtildiği gibi ekonomik eşitsizliğe yol açabilir. Daha büyük pazarlara erişim, firmaların daha düşük ortalama üretim maliyetleri, artan satışlar ve daha yüksek kar marjları ile ilişkili ölçek ekonomilerini deneyimlemelerini sağlamaktadır (Blanke & Chiesa, 2013).

Gelişmekte olan ülkelerde nüfus artışı çok daha yüksektir. Nüfusun dünya genelinde değişen dağılımı (ekonomik gücün merkezindeki değişikliklerle birlikte) Asyalı turistlerin tüm pazarlar için önemini artıracaktır. Aynı zamanda, gelişmekte olan ekonomilerin turist varışlarında daha hızlı büyüme yaşamaları beklenmektedir. 2030 yılına kadar, günümüzün yükselen ekonomilerindeki destinasyonların, 2011'deki %47'ye kıyasla, uluslararası turist varışlarının %57'sini oluşturacağı tahmin edilmektedir (UNWTO,2012). Dünya nüfusu arttıkça ve giderek kentleştikçe, turistler doğa temelli deneyimlere çekilecektir. Gezinler daha deneyimli hale geldikçe, kişisel olmayan, etkileşimli olmayan bir “kitle turizmi” sistemi tarafından yönlendirilmekten artık tatmin olmamaktadır. Turistler, paylaşılan, kullanıma hazır tatil paketi yerine sıra dışı ve otantik deneyimler aramaktadır. Gelirler arttıkça, insanlar isteğe bağlı harcamalarını ürünler yerine deneyimlere kaydırmaktadır. Deneyim ekonomisi ve turizminin bir sonucu, turizm pazarının benzersiz deneyimlerin alt kümelerine bölünmesi olmuştur. Aranılan deneyimler, destinasyon ve insanları için ‘otantik’, kişiselleştirilmiş ve genellikle sosyal etkileşim ve duygusal bağlantı içeren deneyimlerdir (Nordin,2005).

3. Sağlık Hizmetleri ve Sağlık Sektörü

Sağlık sektörüne yönelik dış kaynakların koordinasyonu birçok ülkede yardım gündeminin merkezi haline geldi. Gelişmekte olan ülkelerin sağlık sektörlerinde aktif olan yeni bağış kuruluşlarının hacmi, çeşitliliği ve girişi arttıkça, ilk olarak 1980'lerde koordinasyona dikkat çekildi. Bu eğilimin genellikle projelerin, politikaların ve sağlık bakanlıklarına yönelik taleplerin “asil bir kısmına” yol açtığı kabul edilmesi, bu tür dış kaynakları koordine edecek mekanizmalar bulmak için itici güç sağladı. Hükümetler için, yardımın tutarlılığını ve koordinasyonunu geliştirmek, bağışçı katkılarını artırmanın ve bunların ulusal amaçlar için kullanılmasını sağlamanın bir yolu olarak görülüyordu (Buse & Walt, 1997).

Sağlık sektöründeki yönetim birimleri farklı düzeylerde faaliyet gösterebilir: küresel, ulusal, ulus altı ve yerel. Vatandaşlar, hizmet sağlayıcıların müşterileridir ve ideal olarak, hizmet sağlayıcıyı hizmetlerden sorumlu tutabilmelidir. Bununla birlikte, hesap verebilirliğin genellikle hükümetin ve diğer kurumların sağlayıcılarla olan ilişkileri yoluyla gelmesi beklenir. Bu, sigorta fonlarını, meslek kuruluşlarını, akademik ve eğitim okullarını, akreditasyon kuruluşlarını, bağışçıları ve uluslararası kalkınma ortaklarını içerebilir. Yönetişim ve sağlık arasındaki bağlantı, daha geniş yönetim ortamı, sağlık sektörünün hem dışındaki hem de içindeki kamu politikaları ve sağlık sektörü içinde yönetimle ilgili belirli görevleri yürüten kuruluşların etkinliği dahil olmak üzere birden çok düzeyde çalışabilir. Düşük

ve orta gelirli ülkelerde sağlığın iyileştirilmesiyle ilgili çeşitli kamu politikaları vardır. Örneğin, yerelleşme, yerel ihtiyaçlara verilen yanıtları potansiyel olarak iyileştirebilir, yararlanıcıları güçlendiren politika yapımını ve sosyal sermayeyi güçlendiren topluluk katılımını (yani güven ve karşılıklılık) teşvik edebilir.

Belirli sağlık sektörü kuruluşlarının yönetişimi de sağlığı etkilemektedir. Örneğin Sağlık Bakanlıklarının daha etkin yönetimi, aşılar gibi yeni teknolojilerin daha hızlı alınması için yeterli fonları harekete geçirebilir ve yeterli altyapıyı sağlayabilir. Tarama ve önleme veya halk sağlığı acil durumlarını denetleyenler gibi halk sağlığı kurumlarının etkin yönetimi, sağlık hizmetleri performanslarında önemli bir faktördür. Klinik komiteler veya benzer yapılar aracılığıyla yerel topluluklara karşı daha sorumlu olan sağlık hizmeti sağlayıcıları da iyileştirilmiş sağlık sonuçlarına yol açabilir. Sağlık sektörünün farklı yönleri, kendi yönetim mekanizmalarının etkili olmasını gerektirir. Örneğin, sağlık için stratejik satın alma, yönetim kurumlarının sağlanacak hizmetler veya fayda paketi, satın alan(lar)ın ve sağlayıcıların rolleri ve ayrıca hizmet yetkilerini karşılamak için gereken kaynak düzeyi hakkında kararlar vermesini gerektirir. Benzer şekilde, yönetim mekanizmaları, sağlık işgücünün güçlendirilmesi (akreditasyon, ruhsatlandırma ve kayıt gibi), temel ilaçlara ve tıbbi malzemelere erişimin ve tedarikin iyileştirilmesi ve sağlık verilerinin ve sağlık bilgi sistemlerinin standartlaştırılması için önemlidir. Hizmet sağlayıcıların da sağlık sekründeki hizmetlerinin kalitesini sürekli olarak iyileştirmelerini gerektiren çeşitli yönetim düzenlemelerine ilişkin tecrübeleri artmaktadır (Fryatt et al., 2017).

4. Sağlık Turizminin Tanımı

Sağlık hizmetleri, seyahat ve turizm, sağlık ve bilgi, iletişim ve teknoloji gibi diğer sektörlerle sıkı sıkıya ilişkili olan sağlam bir endüstridir. Sağlık ve seyahat sektörlerinin birleşmesi, son on yılda ya da daha önemli bir durum olarak karşımıza çıkmış ve dünya çapındaki insan hareketliliğinde olağanüstü bir gelişme yaratmıştır. Aslında, sağlık hizmeti seyahati kavramının geçmiş, insanların en iyi sağlık hizmetlerini bulmak için uzak diyarlara seyahat ettikleri eski zamanlara kadar uzanır. Eski uygarlıklar termal tıbbın, kaplıcaların ve kutsal tapınak banyolarının tedavi edici etkilerini kabul etmiştir (Gianfaldoni, 2017). Bir kaplıca çevresindeki en eski sağlık kompleksleri Sümerler dünyanın farklı yerlerinden insanların tıbbi rahatsızlıklarına çözüm aramak için seyahat ettikleri dünyanın ilk sağlık merkezlerinden birini oluşturmuştur. Antik Yunanlılar, o zamandan beri kapsamlı bir sağlık hizmeti olan seyahat ağının ilk temelini atmıştır. Modern çağda, hastaların iyileşmek için zamana ihtiyaç duyması nedeniyle sağlık hizmeti seyahati, eğlenceyi içerecek

şekilde gelişmiştir. Sağlık, seyahat, turizm ve sağlıklı yaşam kavramlarının birleşimi sonunda sağlık turizmi kavramı oluşmuştur. “Sağlık turizmi” veya “medikal turizm” terimi 17. yüzyıldan beri kullanılmaktadır. Aslında sağlık turizmi, medikal turizm ve sağlıklı yaşam turizmi genellikle birbirinin yerine kullanılmaktadır ve belki de terminolojilerin her birinin aslında farklı olduğunu belirtmek önemlidir (Wong ve Musa, 2012). Bu bağlamda sağlık turisti, farklı nedenlerle sağlık, tıp ve/veya sağlıklı yaşam hizmetlerini aramak ve almak için başka bir yere seyahat eden turist olarak tanımlanmaktadır.

5. Dünyada Sağlık Turizmi ve Çeşitleri

Dünya genelinde sağlık turizmine yönelik artan ilgi, hükümetleri ve ticari işletmeleri bu sektörün tanımlanması, organize edilmesi ve desteklenmesi yönünde teşvik etmektedir. Dünya Sağlık Örgütü’nün (DSÖ) termal-wellness, medikal ve ileri yaş turizmi olarak üç kategoriye ayırdığı bu alanda ülkeler, rekabetçi fiyatlı tıbbi muayeneler veya doğal kaplıca kaynakları gibi avantajlarını kullanarak uluslararası turistleri çekmeye çalışmaktadır.

Turizm anlayışı, artan insan ihtiyaç ve istekleri, teknolojik gelişmeler ve ulaşım imkanlarının genişlemesi gibi faktörlerin etkisiyle sürekli bir dönüşüm sergilemektedir. Geçmişte seyahatler ağırlıklı olarak dinlenme, keşfetme ve doğal güzellikleri görme amacıyla yapılırken, özellikle 21. yüzyıldan itibaren sağlık odaklı bir motivasyon öne çıkmıştır. Bireylerin, farklı ülkelerin doğal ve tıbbi olanaklarını kullanarak iyileşme ve daha sağlıklı bir yaşam sürme arayışı, sağlık turizmi kavramını ortaya çıkarmıştır. Bu durum, tarihsel seyahat akışını da değiştirmiştir. Önceleri (20. yy), az gelişmiş bölgelerdeki zengin hastalar gelişmiş ülkelere yönelirken, son yirmi yıllık süreçte “ters yönlü küreselleşme” olarak adlandırılan bir eğilimle, tedavi amaçlı seyahatler gelişmiş ülkelere daha az gelişmiş ülkelere doğru kaymıştır (Moloğlu, 2015).

Yukarıda sayılan faktörlerin körüklediği gelişmiş ülkelere kaynaklanan ve gelişmekte olan ülkelere yönelen bu yeni sağlık turizmi dalgası, gelişmiş ülkelerin sağlık sistemlerinde maliyetleri azaltabilecek ve verimliliği artıracak önemli bir gelişme olarak kabul edilmektedir. Üçüncü dalga medikal turizmin gelişmekte olan ekonomiler üzerinde uzun vadeli olumlu bir etkisi olması beklenmektedir (Cohen, 2012).

6. Türkiye’de Sağlık Turizmi ve Çeşitleri

Küreselleşme, 1970’lerden bu yana tüm dünyanın siyasi, ekonomik ve toplumsal yapısını etkilemiştir. Sağlık turizminin gelişmesi de bu sürecin önemli yansımalarından biridir. Sağlık turizmi, küreselleşme tarafından

yaratılmış bir kavram olmamasına rağmen, bu süreçle birlikte küresel ölçekte önemli bir hizmet ihracatı alanı haline gelmiştir. Bu nedenle bazı ülkeler, uluslararası rekabette öne çıkabilmek için bir araç olarak sağlık turizmine ağırlık vermektedir. Türkiye, sağlık turizminde en üst sıralarda yer alan ülkelerden biri olmak açısından birçok avantaja sahiptir (Özer & Songur, 2012). Türkiye'nin sunduğu bu avantajlar, yalnızca yüksek teknoloji tıbbi hizmetlerle sınırlı değildir; aynı zamanda ülkenin doğal ikliminin sunduğu iyileştirici unsurları da kapsar. Özellikle yaşlı ve rehabilitasyon hastaları için kritik bir bileşen olan D vitamininin doğal yollarla sentezlenmesine olanak tanıyan güneşli iklimi, bu avantajların başında gelmektedir.. Kemik sağlığı ve kas gücü üzerinde önemli bir rolü olduğu için D Vitamini'nin önemi yaş ilerledikçe artmaktadır. Bazı araştırmacılar, daha sağlıklı kemikler için D Vitamini takviyesinin gerekli olduğuna inanmaktadır (Girginer vd., 2019).

Dünya Sağlık Örgütü (WHO) sağlık kavramını şu şekilde tanımlamaktadır: “Sağlık, yalnızca hastalık ve sakatlığın olmayışı değil, beden, ruhen ve sosyal yönden tam bir iyilik halidir” (www.who.int). Yukarıda verilen tanımlardan da anlaşılacağı üzere sağlığın tanımı ve anlamı konusunda ortak bir görüş birliği bulunmaktadır. Turizmin tanımı, Merriam-Webster sözlüğünde “eğlence amaçlı seyahat etme pratiği, turistlerin yönetimi ve konaklama hizmetleri” gibi unsurları kapsayacak şekilde yapılır. Bu temel tanımdan hareketle sağlık turizmi, en basit şekilde “sağlık amacıyla seyahat etme pratiği” olarak açıklanabilir. Ancak bu basit tanıma rağmen, akademik literatürde sağlık turizmi kavramı üzerinde tam bir fikir birliği bulunmamaktadır ve kavram oldukça tartışmalıdır. Kavramla ilgili belirsizliğin en önemli nedenlerinden biri, tanımlardaki farklılıklar ve “medikal turizm” gibi benzer kavramlarla olan ilişkisidir. Bu noktada temel tartışma, sağlık turizmi ve medikal turizm terimlerinin nasıl kullanılacağı üzerinedir. Bazı yazarlar bu iki kavramı birbirinin yerine, eş anlamlı olarak kullanmayı tercih eder. Örneğin bir tanıma göre her iki terim de hastanın yaşadığı yerin dışında aldığı, önceden planlanmış tedavi veya ameliyatları ifade eder (Terry, 2006). Buna karşılık, birçok yazar bu iki kavram arasında net bir ayrım yapılması gerektiğini savunur. Bu görüşe göre, “medikal turizm” terimi yalnızca tıbbi müdahale gerektiren durumlar için kullanılmalıdır (Yu & Ko, 2012). Bir diğer yaklaşıma göre ise medikal turizm, daha geniş bir şemsiye kavram olan sağlık turizminin bir alt kümesi veya bu endüstri içindeki yeni bir niş (uzmanlık alanı) olarak değerlendirilmektedir (Connell, 2006).

Bazı yazarlara göre sağlık turizmi, “Sağlığı Geliştirmeye Yönelik Hizmetler (spa, bitkisel tedavi, masaj vb.), Tedaviye yönelik hizmetler – Sağlık Turizmi (kozmetik cerrahi, kalp cerrahisi, göz cerrahisi, kanser tedavisi) ve Rehabilitasyon Hizmetleri (dializ, bağımlılık programları, yaşlı

bakım programı) olmak üzere üç ana kategorinin bileşimidir. Türkiye Sağlık Bakanlığı'na göre "sağlık turizmi" üç kavramın birleşimi olarak düşünülebilir. 1. Medikal turizm, 2. Termal turizm, 3. Yaşlı ve Engelli Turizmi. 1980'lerden itibaren Türkiye, dünyanın dört bir yanından gelen turistler için popüler ve çekici bir ülke haline gelmiştir. Bu olağanüstü sonucun nedenleri zengin tarih ve kültür mirasının yanı sıra elverişli iklimidir. Türkiye son yıllarda sağlık turizmi için popüler bir ülke haline gelmektedir. Sadece gelişmiş sağlık tesisleri değil, aynı zamanda turistik avantajları da bu popülerliğin nedenidir. Sonuç olarak Türkiye, yabancı hastalar için sadece medikal turizmi değil, sağlık turizmini de bir bütün olarak sunmaktadır. Diğer bir deyişle, bir devlet politikası olarak Türkiye, turizm tecrübesinin gücüyle sağlık turizminde rekabet avantajı aramaktadır. Bu nedenle ülkeler sağlık turizmi ile ilgili politikalarını yasal ve sosyo-kültürel yapılarına ve tıp bilimi ve teknolojisindeki gelişme derecelerine göre kendi değerlendirmeleri ile değerlendirmeyi tercih etmektedirler (Özer & Songur, 2012).

Yukarıda da belirtildiği gibi Sağlık Bakanlığı, 1. Medikal turizm, 2. Termal turizm, 3. Yaşlı ve Engelli Turizmi olmak üzere üç konunun bileşimi ile "sağlık turizmi" tanımlamayı tercih etmiştir. Dolayısıyla Türkiye'nin sağlık turizmi ile ilgili devlet politikaları bu tanım çerçevesinde değerlendirilebilir. Sağlık turizmi bir devlet politikası haline gelmiş ve sağlık turizminin 2011 yılından itibaren yasal düzenlemelerle kapsamına alınması sonucunda sağlık turizmi konusunda da Sağlık Bakanlığı sorumlu olmuştur. Bu nedenle Bakanlık, sağlık turizmini ulusal bazda düzenlemek amacıyla yeniden örgütlenmiş ve merkezi bir birim (Sağlık Turizmi Daire Başkanlığı) kurulmuştur. Türkiye ise 2002 yılından itibaren sağlık sisteminde ciddi bir yeniden yapılanma süreci geçirmiştir. Yeniden yapılanmanın amacı, sağlık sisteminin modernizasyon ve kalite standartlarının yükseltilmesi ile daha verimli, daha etkin ve ulaşılabilir hale getirilmesidir. Son zamanlarda yapılan araştırmalar, dünyanın her yerinden yabancı hastaların plastik cerrahi, göz ameliyatları, saç ekimi, doğurganlık, açık kalp ameliyatları, dermatoloji, kanser tedavileri, beyin cerrahisi, [ortopedi], diş operasyonları vb. yüksek teknoloji standartlarında daha düşük fiyatlara imkanlar sağladığı için Türkiye'ye gelmesiyle sağlık sisteminin yeniden düzenlenmesinin olumlu sonuçlar vermeye başladığını göstermektedir.

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerine göre, Türkiye'nin sağlık turizmi sektöründeki başarısı dikkat çekicidir. 2021 yılının ilk on ayında medikal nedenlerle ülkeye gelen 370.335 turist, 704 milyon 261 bin dolarlık bir gelir oluşturmuştur. Sektörde turist başına yapılan harcama resmi olarak yaklaşık 1900 dolar olarak kaydedilse de, gerçek rakamın 10 bin dolara yaklaştığı tahmin edilmektedir. Sağlık hizmeti almak için Türkiye'yi seçen

uluslararası hastaların büyük bir çoğunluğu (%70) Avrupa ülkelerinden, geri kalan %30'u ise Arap dünyasından gelmektedir. Bu hastaların en çok ilgi gösterdiği alanlar arasında saç ekimi, estetik operasyonlar, kalp cerrahisi, ortopedi, onkoloji ve tüp bebek tedavisi öne çıkmaktadır. Son on yılda sağlık turizminde önemli bir atılım gerçekleştiren Türkiye, 2019'da 3 milyar dolarlık bir sektör büyüklüğüne ve 2 milyar dolarlık ihracat hacmine ulaşmıştır. COVID-19 pandemisinin etkisiyle 2020 yılında bir önceki yıla kıyasla %65'lik bir daralma yaşayan sektör, 2021'in son çeyreğindeki normalleşme adımlarıyla güçlü bir toparlanma göstermiş ve yılı 2 milyar doların üzerinde bir gelirle kapatmıştır. Sektörün 2022 yılı hedefi ise 5 milyar dolarlık gelire ulaşmak olarak belirlenmiştir. Özellikle saç ekimi alanında günde ortalama 2.000 operasyonla öne çıkan Türkiye'de, bu yoğun talebi karşılayacak nitelikli personel açığı bulunmaktadır. Sektörün en az 15 bin kişilik kalifiye ve yabancı dil bilen personel ihtiyacını karşılamak amacıyla Sağlık Bakanlığı ve Milli Eğitim Bakanlığı ortak çalışmalar yürütmektedir. Uluslararası Estetik Cerrahi Derneği'nin (ISAPS) 2020 raporuna göre Türkiye, pandemi koşullarına rağmen dünyada en çok estetik cerrahi operasyonu yapılan ilk beş ülkeden biri olmuş ve %1,8'lik bir büyüme kaydetmiştir. Özellikle saç ekimi ve burun estetiği alanlarında tercih edilen Türkiye, bu alandaki hastalarının %25,8'ini başta Almanya, İngiltere ve Fransa olmak üzere yurt dışından çekmektedir (www.turizmgunlugu.com, 2022). Sağlık turizminin sınıflandırılmasında ise Türkiye'nin yaklaşımı genel dünya tanımından küçük bir farklılık göstermektedir. Dünya genelinde sağlık turizmi; termal ve spa-wellness, medikal turizm ve ileri yaş turizmi olarak üç ana başlıkta ele alınırken, Türkiye Sağlık Bakanlığı bu sınıflandırmaya "engelli turizmini" de dördüncü bir kategori olarak eklemiştir (Ekinci, 2019).

7. Sonuç

Türkiye'nin sağlık turizminde güçlü bir konumda olması, Arap dünyasındaki çatışmalar, Avrupa'ya yakınlığı ve fiyatların düşük olması bu alandaki hareketliliğinde etkili olmuştur. Türkiye'de kaplıcaların çevresine otellerin yapılmasıyla oluşan sağlık turizmi, hükümetin destekleyici çalışmalarıyla medikal turizm ve yaşlı turizmi olarak çeşitlenmiştir. Türkiye'nin coğrafi konumu, politikalar ve sağlıkta dönüşüm planı, sağlık sektörünün mevcut durumu dikkate alındığında sağlık turizminin katacağı ekonomik değer önemli olacaktır. Sağlık turizmi ekonomik getirisi yüksek bir sektör olmasına rağmen bilinmeyen değişkenleri de bünyesinde barındırmaktadır. Türkiye'ye sağlık turizmi için gelen turist miktarı konusunda kesin bir istatistik bulunmamakta ve rakamlar çeşitli raporlardan tahminlerle derlenmektedir. Fuar, zirve, kongre gibi etkinliklerin uluslararası sağlık turizmi ortaklıklarının

kurulmasına zemin hazırladığı haber yazılarında görülmektedir. Tanıtım ve pazarlamaya yönelik devlet desteğinin artırılması, diğer ülkelerle işbirliğine zemin hazırlanması, Türkiye'nin sağlık sistemi hakkında tanıtım ve bilgilendirme yapılması, turistlerin Türkiye'yi ziyaret etme özendirilmesine büyük katkı sağlayacaktır. Sağlık turizmini geliştirmek için bir diğer öneri ise yabancı dil eğitimine ağırlık verilmesi ve özellikle sağlık hizmetlerinde yer alacak personelin tıbbi terminoloji konusunda eğitilmesidir. Sağlık turizminde başarı için hizmet kalitesi ve tanıtımın yanı sıra inovasyon da çok önemlidir. Tıpta uluslararası gelişmeleri yakından takip etmek ve buna uygun tesisler kurmak ülkenin tercih edilebilirliğini artıracaktır. Ayrıca kamu ve özel sektör, sivil toplum kuruluşları ve üniversiteler arasındaki işbirliği güçlendirilmeli ve tüm kurumlar sağlık turizminde belirli standartları sağlamalıdır. Ayrıca sağlık turizmi ile ilgili kuruluşlar öncelikle sağlık turizminin hangi grupta ve hangi pazarda çalışacağına karar vermelidir. Türk Cumhuriyetleri, Afganistan, Irak, Suriye ve Ortadoğu gibi ülkeler bize yakın ve ayrıca sağlık turizmi ile ilgilenen kültür organizasyonlarında da birlik içerisinde olduğumuz ülkeler mutlaka kendilerine uygun olan pazarı ve sağlık turizmi grubunu seçmelidirler (İştar, 2016).

Türkiye Turizm Stratejisi (2023), bazı alanlarda ülke için uzun vadeli hedefler belirlemiştir, bu hedefler: planlama, yatırım, organizasyon, iç turizm, araştırma ve geliştirme (Ar-Ge), hizmet, ulaşım ve altyapının güçlendirilmesi, tanıtım ve pazarlama eğitim, kentsel ölçekte markalaşma, turizmin çeşitlendirilmesi, mevcut turizm alanlarının rehabilitasyonu ve varış noktalarının geliştirilmesi. Türkiye Turizm Stratejisi (2023) hedefleri, ülkemizin doğal, kültürel, tarihi ve coğrafi değerlerinin koruma-kullanma dengesi içinde kullanımını kapsamakta ve alternatifler geliştirerek turizmin payını artıracaktır. Türkiye Turizm Stratejisi (2023) tarafından belirlenen ana hedeflerle sağlık, termal, yayla, kış ve dağ sporları, kültürel açıdan önemli alanlar ve yerleşimlerin entegrasyonu ile daha çekici ve daha güçlü alternatif destinasyon ve rotalar oluşturmaya odaklanılacaktır. Tayland, Malezya, Singapur, Kore, Macaristan, Polonya, Ürdün, Hindistan, Türkiye ve ABD dahil 30 ülke uluslararası sağlık turizmi pazarında önemli oyuncular olarak kabul edilmektedir (Pollard, 2012).

2023 vizyonuna göre yakın çevredeki alternatif turizm türleri ile entegrasyon, diğer kültürel ve doğal kaynaklarla ilişkilendirilecektir. Bu, termal ve kültür turizminin büyümesi için kapasite sağlayacaktır. Kültür ve Turizm Bakanlığı, pilot çalışmaları teşvik ederek ve girişimcilere yan kuruluşlar ve vergi indirimleri sağlayarak termal turizm merkezlerinin gelişimini desteklemektedir. Bu yeni sağlık turizmi tesislerinin tamamlanmasından sonra turist sayısında hızlı bir artış olacağı tahmin edilmektedir. Türkiye,

sağlık turizminde dünya lideri olarak görünmeyi öngörmektedir. Türkiye’de sağlık turizmi faaliyetleri, termal turizm, sağlık turizmi, yaşlı ve engelli turizmi olmak üzere kapsamlı bir şekilde yürütülmektedir. Türkiye, medikal turizm kapsamında her yıl Türkiye’yi ziyaret eden en az 32 milyon turiste temel sağlık hizmetleri sunmakta ve denetlemektedir. Web tabanlı bir program, üniversite, kamu ve özel hastanelere kabul edilen yabancı hastaları düzenli olarak kaydetmektedir. Türkiye aynı zamanda yabancı yatırımcıları da cezbetmekte, tıbbi ve sağlık altyapılarını küresel arenada daha ödüllendirici ve öne çıkarmaktadır. Türkiye kesinlikle dünyada gelecek vaat eden bir medikal turizm destinasyonu olarak dikkat çekmektedir. Stratejik hedefler doğrultusunda, 2023 yılına kadar 2 milyon uluslararası hasta ülkeye getirilerek sağlık turizminin katkısının 20 milyar ABD dolarına çıkması hedeflenmektedir. Bunun için Sağlık ve Turizm Bakanlıkları, çeşitli modern ve ihtisas hastanelerinin inşası, geliştirilmesi ve geliştirilmesi konularında işbirliği yapmaktadır. Bu planlar doğrultusunda Türkiye, ‘sağlık turizminde kaliteli ve uygun fiyatlı hizmet sunumu ve ekonomik hizmet sunumunda’ lider olmayı hedeflemektedir. Türkiye’nin 2023 stratejik vizyonu, sağlık turizmini geliştirmek için gelişmiş çözümler getirmektedir (Kültür & Bakanlığı, 2007).

Kaynakça

- Al-Rodhan, N. R., & Stoudmann, G. (2006). Definitions of globalization: A comprehensive overview and a proposed definition. *Program on the geopolitical implications of globalization and transnational security*, 6(1-21).
- Albrow, M., & King, E. (1990). *Globalization, knowledge and society: readings from international sociology*. Sage.
- Blanke, J., & Chiesa, T. (2013). The travel & tourism competitiveness report 2013. The World Economic Forum,
- Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet—The state of eTourism research. *Tourism Management*, 29(4), 609-623.
- Buse, K., & Walt, G. (1997). An unruly melange? Coordinating external resources to the health sector: a review. *Social Science & Medicine*, 45(3), 449-463.
- Çavlek, N. (2002). Business in tourism: SMEs versus MNCs. *Zagreb International Review of Economics & Business*, 5(2), 39-48.
- Cohen, E. (2012). Globalization, global crises and tourism. *Tourism Recreation Research*, 37 (2), 103–111. In.
- Connell, J. (2006). Medical tourism: Sea, sun, sand and... surgery. *Tourism Management*, 27(6), 1093-1100.
- Cortes-Jimenez, I., & Pulina, M. (2010). Inbound tourism and long-run economic growth. *Current Issues in Tourism*, 13(1), 61-74.
- Crouch, G. I. (1994). The study of international tourism demand: A review of findings. *Journal of Travel Research*, 33(1), 12-23.
- De Chavez, R. (1999). Globalisation and tourism: Deadly mix for indigenous peoples. *Third World Resurgence*, 8-12.
- Doğru, Y. (2019). The Effect of Recreational Activities on Social Physique Anxiety in Sedentary Individuals. *Gaziantep Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 4(1), 83-92.
- Dwyer, L., Forsyth, P., Madden, J., & Spurr, R. (2000). Economic impacts of inbound tourism under different assumptions regarding the macroeconomy. *Current Issues in Tourism*, 3(4), 325-363.
- Ekinci, E. (2019). Sağlık Turizmine İlişkin Düzenleme ve Teşviklerin Sağlık Turizmi Gelirlerine Etkisi: Müdahale Analizi. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya*.
- Fryatt, R., Bennett, S., & Soucat, A. (2017). Health sector governance: should we be investing more? *BMJ Global Health*, 2(2), e000343.
- Gianfaldoni, S., Gianfaldoni, R., Lotti, T., Tchernev, G., & Wollina, U. (2017). The historical evolution of thermal treatments and first dermatological

- activities in Montecatini Terme. *Open access Macedonian journal of medical sciences*, 5(4), 542-545.
- Giddens, A. (2003). *Runaway world: How globalization is reshaping our lives*. Taylor & Francis.
- Girginer, F., Büyükyazi, G., Ulman, C., Doğru, Y., Taneli, F., Yildiz, R., ... & Keskinoglu, P. (2019). Comparison of some plasma inflammation markers in elite Master athletes, recreational athletes and sedentary males. *Türkiye Klinikleri. Tıp Bilimleri Dergisi*, 39(2), 202-211.
- Hall, C. M. (2010). Crisis events in tourism: Subjects of crisis in tourism. *Current Issues in Tourism*, 13(5), 401-417.
- İştar, E. (2016). *Türkiye’de sağlık turizmi ve gelişimi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.
- Kültür, T., & Bakanlığı, T. (2007). Türkiye turizm stratejisi 2023. *Kültür ve Turizm Bakanlığı yayınları*, Ankara.
- Meethan, K. (2004). Transnational corporations, globalization, and tourism. *A companion to tourism*, 110-121.
- Moloğlu, V. (2015). Yükselen bir değer olan medikal turizmin; Türkiye ekonomisine katkısı. International Conference on Eurasian Economies,
- Mowforth, M., & Munt, I. (2015). *Tourism and sustainability: Development, globalisation and new tourism in the third world*. routledge.
- Nordin, S. (2005). *Tourism in the periphery: A study of tourism development in the Swedish mountain region*. Doctoral Dissertation, European Tourism Research Institute, Mid-Sweden University, Östersund.
- Özer, Ö., & Songur, C. (2012). Türkiye’nin dünya sağlık turizmindeki yeri ve ekonomik boyutu. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(7), 69-81.
- Pollard, K. (2012). Medical tourism: Key facts. *Treatment Abroad*.
- Smith, R. D. (2004). Foreign direct investment and trade in health services: a review of the literature. *Social Science & Medicine*, 59(11), 2313-2323.
- Stiglitz, J. E. (2003). *The roaring nineties: A new history of the world’s most prosperous decade*. W. W. Norton & Company.
- Terry, N. P. (2006). Under-regulated health care phenomena in a flat world: Medical tourism and outsourcing. *W. New Eng. L. Rev.*, 29, 421.
- www.turizmgunlugu.com. (2022). Retrieved 30.05.2022 from <https://www.turizmgunlugu.com/2022/04/11/turkiye-saglik-turizmi/>
- UNWTO. (2012). *UNWTO Tourism Highlights, 2012 Edition*. World Tourism Organization (UNWTO).
- Wong, K. M., & Musa, G. (2012). Medical tourism in Asia. In C. M. Hall & S. J. Page (Eds.), *Tourism in Asia* (pp. 167-184). CABI Publishing.

- Yu, J. Y., & Ko, T. G. (2012). A cross-cultural study of perceptions of medical tourism among Chinese, Japanese and Korean tourists in Korea. *Tourism Management*, 33(1), 80-88.
- Zhao, W., & Li, X. (2006). Globalization of tourism and third world tourism development. *Chinese Geographical Science*, 16(3), 203-210.

