

GLOBAL TRENDLER

Sağlık Turizmi

**Hazırlayan:
Özlem Zeren**

19.01.2021



İÇERİK

- 01. Sektörün Küresel Durumu**
- 02. Küresel Sağlık Sektöründe Öne Çıkan Eğilimler**
- 03. Sektörün Türkiye Durumu**
- 04. Sağlık Sektörüne Yönelik Destekler**
- 05. Sağlık Sektörünü Etkileyen Pazarlama Trendleri**



1. Sektörün Küresel Durumu

Dünya Sağlık Sektörü

Sağlık turizmi, son zamanlarda ülkelerin imaj ve gelir kaynağı olarak dikkat çekmektedir. Sağlık turizmi, insanların başka ülkelere giderek güvenilir ve profesyonel sağlık hizmet sunucularından beklemezsizin kısa sürede, yüksek teknolojide, kaliteli ve düşük maliyette sağlık hizmeti almasını sağlamaktadır. Sağlık turizmi, sadece sağlık turistlerinin sağlığını korumayı, tedavi etmeyi, geliştirmeyi ve rehabilite etmeyi değil, aynı zamanda turizm hareketini de içine barındırmaktadır. Sağlık turizmi ile birlikte ülkeler, uluslararası sağlık alanında rekabet edebilirlik ve sağlık eğitim kalitesini artırmak için akreditasyona gitmektedir.

Yerel sağlık sistemlerinin uygun seçenekleri sağlayamadığında dış kaynaklara olan talebin artmasına neden olarak sağlık turizminin doğmasına ayrıca sağlık turizmüne olan talebin artmasına neden olan faktörler şöyledir; ülkesinde yüksek teknolojili sağlık hizmetleri ve profesyonel insan kaynağının azlığı ya da yokluğu, tedaviyle birlikte tatil yapma isteği, sağlık hizmetlerinin kendi ülkelerinde pahalı olması, daha çok kaliteli sağlık hizmeti alınma isteği, kendi ülkesinde herhangi bir sebepten dolayı ameliyatının bilinmesinin istenmeyişi, ülkesinde iklim ve coğrafi olarak tatil için kısıtlı imkan olması, termal tesis ve turizm imkanının bol olduğu ülkede tatil yapma isteği, kronik hastaların, yaşlıların ve engellilerin başka ortamlara gitme ve tedavi olma isteklerinin olması, uyuşturucu ve farklı bağımlılıkları olan kişilerin farklı ya da daha uygun ortamlarda olma istekleri, kişinin hayata tutunma ve yaşam isteği olarak ifade etmek mümkündür (T.C. Sağlık Bakanlığı, Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü, 2012).

- Sağlık turizmi alanında en çok tercih edilen ülkeler sırasıyla; ABD, Hindistan, Küba, Kosta Rika, Tayland, Singapur, Kolombiya, Malezya, Türkiye, Meksika, Almanya ve Güney Kore'dir



Sağlık Turizminde Uluslararası Turist Türleri

- Medikal turist: Yaşadığı yerden başka bir yere sağlıklı hale gelebilmek amacıyla seyahat eden kişilerdir.
- Turistin sağlığı kapsamında hizmet alan hasta: Tatilleri sırasında acil veya plansız olarak sağlık hizmetlerinden yararlanan kişilerdir.
- Sağlık alanında ikili anlaşmalı ülkelerden gelen hasta: Sağlık bakanlığının sağlık alanında ülkelerle yapmış olduğu ikili anlaşmalarla ülkeye gelen kişilerdir.
- Sosyal güvenlik kurumuyla anlaşmalı ülkelerden gelen hasta: Sosyal güvenlik kurumlarının aralarında yapmış olduğu anlaşmalar kapsamında ülkeye gelen hasta.

Bu kapsam da turistler karar verirken aşağıdaki hususları dikkate almaktadır:

- Sigorta sağlayıcının tutumu
- Hastaneler ve turistik konaklanacak yerler
- Tıbbi geçmiş ve tanı niteliği
- Yaklaşık harcama
- Tıbbi tedavi tavsiye
- Yerel doktorun görüşü



Sağlık Turizminde Yeni Yaklaşımlar

Süper Kokular:

Kokular moda dünyasında her zaman popüler olmuştur, ancak şimdi bariyerden ve sağlıklı yaşam endüstrisinden geçmektedir. Birçok rapor ve araştırma koku ve bireysel kokuları geçmişten gelen deneyimleri hatırlamamıza ve yeniden yaşamaya yardımcı olacağına değinmektedir. Bu, aromatherapy gibi kavramların gelecek yıllarda daha popüler olacağı anlamına gelmektedir.

Giyilebilir Sağlık:

Sağlık turizmi konusunda giyilebilir cihaz siparişlerinin 2021'e kadar büyük bir sıçrama yaparak, 97,6 milyona ulaşacağı beklenmektedir. Küresel ölçekte de 17,8 milyar dolar yıllık gelir oluşturacağı öngörülmektedir.

Dinlendirici Rotalar:

2021 ve sonrasında daha fazla sayıda gezgin, seyahat deneyimlerini bulaacak ve kalabalığın ve gürültünün uzağında yeni yerler görmek isteyecektir. Özellikle Orta Amerika ve Asya çevresindeki yerler, sağlık gezginleri arasında çok daha popüler hale gelmeye başlayacaktır.

Doğa ile Etkileşim:

Doğa nihai sağlık sağlayıcısıdır. Ağaçlar ve tarlalar arasında dolaşmak, temiz havada nefes almak, şehirdeki gürültü ve kirlilikten kurtulmak ve günlük yaşamda daha doğal ürünlerle uğraşmak birçok insanın daha mutlu ve sağlıklı hissetmesine yardımcı olmaktadır. 2020 yılında pandemiden etkisi ile kapalı alanlardan uzaklaşmamız 2021 ve sonrasında zaman geçtikçe sağlık hareketinin daha da büyük bir parçası doğa ile etkileşim olacak şekilde ayarlanmaktadır.





2. Küresel Sağlık Sektöründe Öne Çıkan Eğilimler

Küresel Sağlık Sektöründe Öne Çıkan Eğilimler

- Değişken bir sağlık ekonomisinde finansal sürdürülebilirlik yaratmak.
- Erişimi ve karşılanabilirliği artırmak için yeni sağlık hizmetleri modellerini kullanmak.
- Hastaların ve tüketicilerin değişen ihtiyaç, talep ve beklentilerine uyum sağlamak.
- Dijital yenilik ve dönüşüme yatırım yapmak.
- Mevzuata uygunluk ve siber güvenliğin sürdürülmesi.
- Üst düzey yeteneklerin işe alınması, geliştirilmesi ve elde tutulması. Bunlara bağlı olarak:

Sağlık turizmini geliştiren etkenler;

- Uzun süren hasta bekleme listelerinden kurtulmak,
- Daha kaliteli ve daha kısa zamanda hizmet almak,
- Yüksek sağlık teknolojilerine ulaşmak,
- Sağlık hizmeti maliyetini düşürmek,
- 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,
- Tedavi olmanın yani sıra gezme ve kültür ziyaretlerinde bulunma isteği,
- Kişinin hayata tutunma ve yaşam isteği



2021 Yılına Hakim Olması Beklenen Sağlık Turizmi Trendleri:

- Şirketlerde verimliliğe odaklanma ve teknolojilerin benimsenme oranında artışların dijitalleşmeye bakışı değiştirmesi. Robotlaşma, 5G vb. diğer teknolojik yeniliklerin yaygınlaşması. Müşteri sadakati oluşturmak, ürün ve hizmetleri göstermenin daha da önemli hale gelmesi.
- Rezervasyonlarda ve fiyatlarda esneklik. İptal değişiklikleri ve iadeleri kolaylaştırılması ve güven inşa etmek için koşulların revize edilmesi. Turizm ürün ve hizmetlerinin geleneksel pazarlama yönteminin yeniden düzenlenmesi.
- Sağlık koşullarının daha iyi olduğu lüks turizm ürünlerine yönelişin artması. Teması azaltan özel hizmetler, özel ürünler ve avantajlar için daha fazla bedel ödemeye istekli olunması.
- Ülke içi ve yakın bölgelerle doğa gezilerinin yaygınlaşması. Staycations gibi trendlerin kalıcı bir tüketim modeli olmaya başlaması.
- Sektördeki yeni oyuncuların, yeniliklerle; turizm kadar büyük bir büyüme potansiyeline sahip bir sektör de pozisyon almaya başlaması.
- Pandemi yatışsa bile gezginlerin COVID -19'u göz önünde bulundurarak önlem almaya devam etmesi.
- Tüm sektörleri etkileyen küresel bir sorun olduğundan; gelişmeye yönelik tahmin yapmanın yeni yollarının aranması.
- Yeni otel formları ve yapılanmasının ortaya çıkma eğilimlerinin artış göstermesi.

Sağlık Sektörüne ilişkin Trendler (Devam)

1.Dijital dönüşüm

Dijitalleşmedeki gelişmeler; bağlantılı veriler ve açık, güvenli platformlar tarafından desteklenen dijital dönüşüm, yeni sağlık hizmetleri modellerinin temelini atmada önemli bir rol oynamaktadır. Endüstri paydaşlarının dijitalleşme sayesinde birbirleriyle bağlantılı bulunmaları, paydaşlar ve hizmeti alanlar için bir avantaj olacaktır.

5G teknolojisinin: sağlık hizmetleri sektöründe tam entegre bir ortama her zamankinden daha hızlı, daha güvenilir ve büyük veri iletişimini desteklemek üzere katkı sağlaması öngörülmektedir.

Robotiğin: hekimlerin karmaşık işlemleri daha hassas ve esnek bir şekilde yapmalarına yardımcı olması, bilgi ve görüntü elde etmek üzere artırılmış gerçeklik uygulaması ile birleşerek daha önce deneyimlenmemiş operasyonların başarılı bir şekilde gerçekleştirilebilmesine olanak sağlayacağı öngörülmektedir.

Yapay zekânın (AI): teşhis doğruluğunu ve tedavi etkinliğini geliştirmek için olmazsa olmazlardan biri olacağı düşünülmektedir.

Tıbbi Nesnelerin İnternetinin (IoMT): insanları (hastalar ve doktorlar), verileri (hasta veya performans) ve süreçleri (hasta ve bakım) birbirleriyle entegre ederek daha iyi ve verimli sonuçlar almak üzere bağlantılı bir altyapı desteği sağlayacağı öngörülmektedir.

□Türkiye’de sağlıkta dijital dönüşüm alanında son dönemde önemli atılımlar yapılmıştır. Örnek olarak e-Nabız, Tele Radyoloji Sistemi, Karar Destek Sistemi, e-Rapor, SİNA, Mekansal İş Zekası gibi sağlığı bilişimle buluşturan uygulamalar verilebilir. Amacı bilgi teknolojilerinin, sağlık hizmetleri sunumunda ve geliştirilmesinde en uygun düzeyde kullanımını sağlamak olan HIMSS, Elektronik Tıbbi Kayıt Adaptasyon Modeli (EMRAM) ile hastanelerin dijital olma seviyeleri uluslararası düzeyde derecelendirilmektedir. Bu derecelendirme ölçeğine göre Türkiye, Avrupa ülkeleri arasında en başarılı ülke konumundadır.



2. İnsan deneyiminin ölçülmesi

İş dünyası; bir şirketin, sadece müşterileri için sunduğu ürünlerde değil, aynı zamanda ürün ve hizmetin sunum biçimindeki değerin fark yaratacağı konusunda hemfikir olmaktadır. Nitekim sağlık sektöründe de bu trend kendisini göstermektedir. İnsan deneyiminin ölçülmesi sağlık ekosistemindeki paydaşlar ile hasta ilişkilerinde önemli rol üstlenmektedir.

İnsan kaynakları, pazarlama, operasyon, bilgi teknolojileri koordineli çalışarak şirket içi sinerji yakalanabilmekte ve hasta, işgücü ve diğer ekosistem paydaşları için birtakım deneyim ölçütleri geliştirebilmektedir. Bu ölçütler aracılığıyla insan deneyiminde sürekli iyileştirmeler sağlanarak, verimlilik ve insanlara sağlanan katma değer artırılmaktadır.

3. Pandemiler

COVID-19 pandemisinin Türkiye’de farklı kategoriler üzerindeki etkilerine yönelik yapılan çalışmada en çok etkilenen sektörler içerisinde sağlık da yer almaktadır. Salgının yayılmasına paralel olarak kamu randevu taleplerinde ve özel hastane etkileşimlerinde istikrarlı bir azalma olmuştur. Bu negatif trendin yavaşlayarak devam edeceği düşünülmektedir. Öte yandan vitamin, bal ve aktar ürünleri gibi destekleyici sağlık ürünleri kategorisinde 2020 yılının Mart ayı başında başlayan trend, halen devam etmektedir. Hastanelere gitmekten çekinen tüketicilerin önlem olarak aldıkları bu ürünlerde yükseliş hızının, salgının bastırılması ile zamanla azalacağı düşünülmektedir.





3. Sektörün Türkiye'deki Durumu

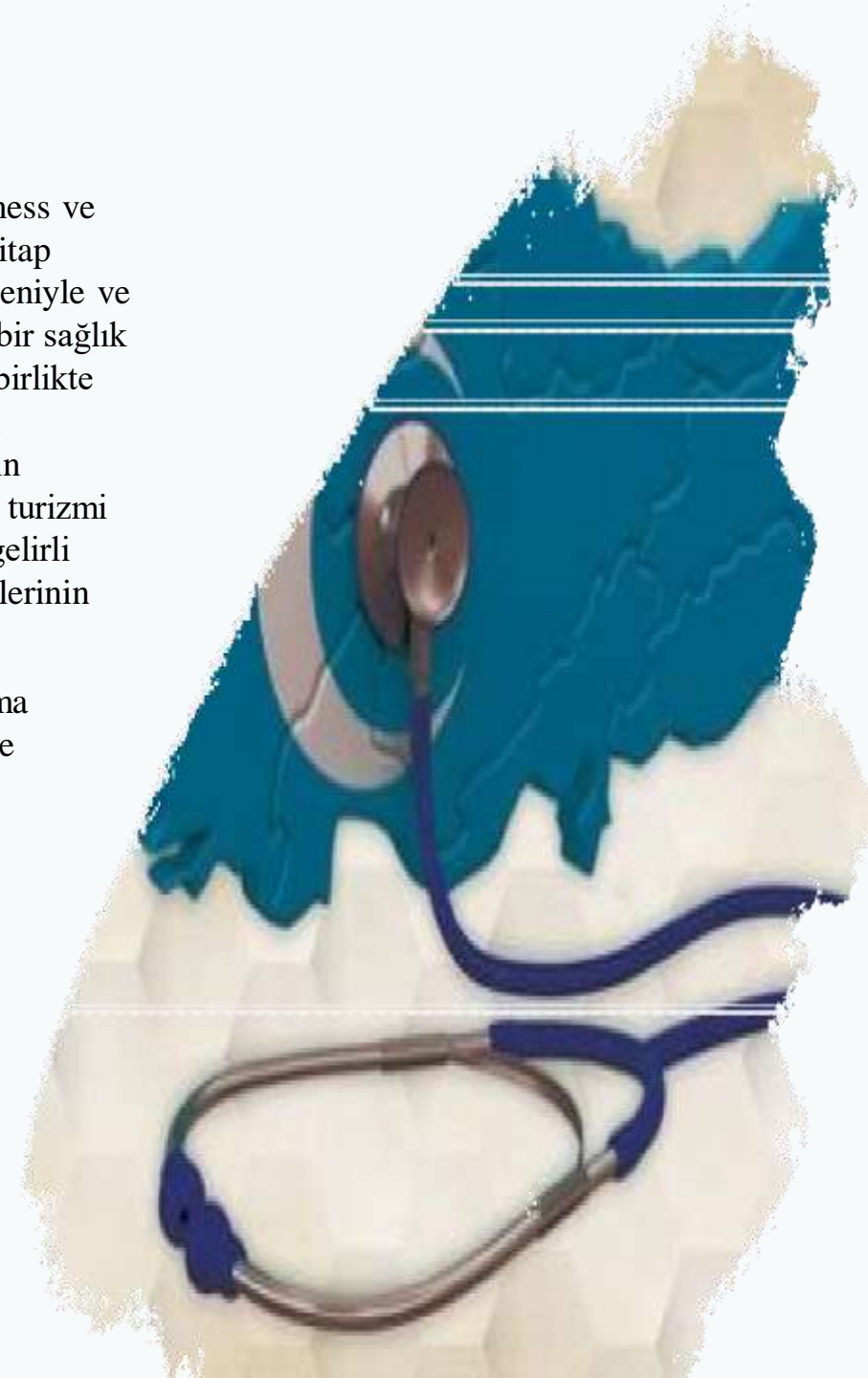
Türkiye’de Sağlık Sektörü

Türkiye; iklim, fiyat, güvenlik ve ulaşım açısından göreceli avantajlara sahip olup; tıp turizmi, spa&wellness ve kaplıca turizmi, ileri yaş ve spor turizmi açılarından olağanüstü avantajlı bir konumdadır. ve her kesime hitap edebilecek niteliklere sahiptir. Ayrıca, coğrafi yakınlık, ülkelerinde bulunmayan doğa ve iklim şartları nedeniyle ve kültürel benzerlik faktörleri de gözönünde bulundurulduğunda Türkiye Ortadoğu ülkeleri için de önemli bir sağlık ve termal turizm destinasyonu ülkesi olabilecek konumda yer almaktadır. Sağlık turizminin gelişmesiyle birlikte ülkemizde bu alandaki yatırımlar hız kazanmaya başlamıştır. Son yıllarda Türkiye’de Devlet destekli yeni yatırımlarla birlikte modern teknolojilerin gelişimi İstanbul, Ankara ve İzmir’de ulusal sağlık hizmetlerinin kalitesini artırmıştır. Bu durumun doğal sonucu olarak Türkiye; Avrupa, Orta Doğu ve Rusya’nın medikal turizmi için pazar niteliğindedir. Ayrıca, bulunduğu konum itibariyle özellikle Avrupa’nın Arnavutluk gibi düşük gelirli ülkeleri ile Gürcistan, Azerbaycan, Türkmenistan, Özbekistan ve Kazakistan gibi eski Sovyet Bloğu ülkelerinin ilgisini çekmektedir.

Sağlık turizmi, dünyada 100 milyar dolarlık bir hacme ulaşarak tüm ülkelerin dikkatini çeken bir konuma ulaşmıştır. Ülkemizin mevcut coğrafik konumu, taşıdığı potansiyel, Avrupa Birliği’ne uyum sürecinde yapılan çalışmalar, politikalar, sağlıkta dönüşüm programı, kalkınma plan ve programlarında yer alan gelişmeler, özel sağlık sektörünün geldiği önemli nokta ve turizmdeki bazı iyileştirmeler göz önünde bulundurulduğunda, sağlık turizminin ciddiyeti ve ülke ekonomisine katkıları 2021 yılında tahmin edilenden daha fazla olacağı düşünülmektedir.

Son yıllarda, özellikle Avrupa’nın yaşlanan sağlık altyapısının da katkısı ile; Türkiye, Ortadoğu ve Avrupa başta olmak üzere, dünya için önemli bir sağlık turizmi destinasyonu haline gelmeye başlamıştır.

Türkiye, sağlık turizminde 5. ülke konumundadır. Dünyanın en önemli sağlık merkezlerinden biri haline gelen Türkiye’nin 2023 yılına kadar sağlık turizminden elde ettiği gelirin 20 milyar dolara ulaşması beklenmektedir.





Ticaret Bakanlığı'nın Sağlık Turizmi İçin Belirlediđi Hedef Pazarlar

1-Bahreyn

2-Cezayir

3-İngiltere

4-Katar

5-Kenya

6-Nijerya

7-Senegal

8-Ukrayna

9-Bosna Hersek

10- Gürcistan

11-Kanada

12- Kazakistan

13-Kuveyt

14-Rusya

15-Tunus



4. Sağlık Sektörüne Yönelik Destekler

SAĞLIK SEKTÖRÜNE YÖNELİK DESTEKLER

Sağlık Kuruluşları ve Sağlık Turizmi firmalarına Ticaret Bakanlığı tarafından yaklaşık olarak yıllık 3.000.000\$'a kadar destek sağlanmaktadır. Bu destekleri bilinçli bir şekilde kullanabilen Sağlık Turizmi firmaları giderlerini ortalama olarak %60 düşürmektedir.

- ***Reklam-Tanıtım Desteği :***

Sağlık sektöründe faaliyet gösteren Türkiye merkezli firmaların yurtdışına yönelik dijital reklam, sponsorluk, yurtdışı konferans-etkinlik, reklam prodüksiyonu, creative, sosyal medya yönetim, P&R faaliyetleri, tanıtım malzemeleri, web sitesi ve tüm klasik reklam harcamaları %70'e varan oranda, yıllık 400.000\$'a kadar desteklenmektedir.

- ***Acente-Komisyon Desteği :***

Sağlık sektöründe faaliyet gösteren Türkiye merkezli firmaların acentelere ödemiş olduğu komisyon giderleri %50 oranında yıllık 100.000\$'a kadar desteklenmektedir.

- ***Tercüman ve Personel Desteği :***

Sağlık sektöründe faaliyet gösteren Türkiye merkezli firmalara istihdam ettiği 2 tercüman için yıllık 50.000\$, hizmet olarak satın aldığı tercümanlık için yıllık 50.000\$'a kadar desteklenmektedir.

- ***Hasta-Yol Desteği :***

Bakanlık ile protokol yapan özel sağlık kuruluşları ya da havayolu şirketleri tarafından hastaların tedavi edilmek üzere, tarifeli uçak seferi ile Türkiye'ye getirilmesi halinde uçak veya diğer ulaşım giderleri hasta başına %50 oranında ve en fazla 1.000\$ desteklenmektedir.





- **Danışmanlık ve Rapor Desteği:**

Sağlık sektöründe faaliyet gösteren Türkiye merkezli firmaların ihracata yönelik, uluslararası rekabette firmaya avantaj sağlayabilecek danışmanlık giderleri %50 oranında yıllık 200.000\$'a kadar , pazar araştırması, sektör, ülke, uluslararası mevzuat, veri madenciliği raporlarına %60 oranında ve yıllık 200.000\$'a kadar desteklenmektedir.

- **Yurtdışı Birim ve Fuar Desteği :**

Bilişim sektöründe faaliyet gösteren Türkiye merkezli firmaların yurtdışında açmış olduğu birimleri için %70'e var-an oranda yıllık 1.200.000\$'a kadar desteklenmektedir. Ticaret Bakanlığı listesinde yayınlanan fuarlara katılım gösteren firmalara fuar başına 15.000\$'a kadar destek sağlanmaktadır.



5. Sektörü Etkileyen Pazarlama Trendleri

2021 Sağlık Sekt6r6 Pazarlama 6ng6r6leri

1. Pandeminin Etkisi Kalıcı Olacak. Etkili iletişim temel olacak.
2. Hasta deneyimi en 6nemli 6ncelik olacak.
3. Marka itibari 6n plana çıkacak.
4. SEO ve içerik pazarlamasına yatırım artacak.
5. Teletıp daha yaygınlaşacak.
6. Sağlık hizmetleri inovasyonla geliřecek.





Sağlık Sektörü Dijital Pazarlama Stratejisi

-Web Sitesinde Kolay Gezinme:

Web sitesi genellikle, kişilerin kuruluşunuzun bir servisini seçme veya başka bir yere gitme kararında ilk izlenimi yaratarak güçlü bir rol oynar.

-Bilgilendirici Bir Blog:

Sağlık sorunları, sorulara cevaplar, hızlı ipuçları ve doktora gitmeden alabilecekleri tavsiyeler hakkında bilgi arayan kişilere zengin blog içeriğini yayınlamaya tüm bu aramalardan yararlanabilirsiniz. Yayın takviminizi sağlık ayları veya kuruluşunuzla ilgili diğer güncel konular etrafında planlamakta fayda var.

-Çözüm Üretici E-postalar:

Kitlenizin ilgisini en iyi şekilde çekmenin yolu, e-posta veritabanınızı çeşitli bilgilerle doldurmaktır. Bir alıcının ilgi alanlarına ve ihtiyaçlarına göre e-posta kişiselleştirmesi ve segmentasyonunu kullanın, böylece onlar için alakalı bilgileri almış olurlar.

-Eğiten ve İlham Veren Videolar:

Uzmanlık alanları hakkında tutkuyla konuşan, hastalara bakma konusundaki görüşlerini açıklayan, bir durumu veya prosedürü açıklayan bir videoda doktoru izlemek, özellikle de tedavi için bu doktoru gördüklerinde hastanın yaşadıklarıyla ilgili daha rahat hissetmesini sağlayabilir. Video, hastayı daha önce doktorla tanışmış gibi hissettirebilir ve yüz ifadelerini, tavırlarını ve hatta sesini duyarak rahatlık düzeyini artırabilir.

-Güçlü SEO Özellikleri:

Arama motoru optimizasyonu (SEO) süreci sayesinde, içeriğinizin kişilerin kullandıkları anahtar kelimeleri temel olarak oluşturduğunuzda organik trafiğin kalitesini ve miktarını artırabilirsiniz.

-Sosyal Medyayı Stratejik Kullanmak:

Sağlık kuruluşunuz sosyal medyada yoksa, kitlenizle bağlantı kurmak için büyük bir fırsatı kaçıyorsunuz demektir. Sosyal medya doğru kullanıldığında mükemmel bir tanıtım aracıdır



AR-GE VE PROJELER MÜDÜRLÜĞÜ

**STAJYER:
ÖZLEM ZEREN**