



Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi  
The Journal of International Social Research  
Cilt: 9 Sayı: 43 Volume: 9 Issue: 43  
Nisan 2016 April 2016  
www.sosyalarastirmalar.com Issn: 1307-9581

**DENTAL TURİSTLERİN DENTAL TURİZM DENEYİMLERİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA:  
ALANYA ÖRNEĞİ**  
*A RESEARCH TOWARD DENTAL TOURIST'S DENTAL TOURISM EXPERIENCE: THE CASE OF  
ALANYA*

**Yaşar Yiğit KAÇMAZ\***  
**Ata KAHVECİ\*\***

**Öz**

Bu araştırma, medikal turizm kapsamında yer alan dental turizm amacıyla Alanya'ya gelen turistlerin dental turizm deneyimlerini belirlemek amacıyla yapılmıştır. Araştırma dental turistlerin dental turizm amacıyla tercih ettiği Alanya'da gerçekleştirilmiştir. Yapılan analizler sonucunda, dental turistlerin, dental turizm deneyimlerini etkileyen beş boyutun olduğu saptanmıştır. Bu boyutlar, "destinasyon ve dental tedavi imkanları", "hizmet kalitesi", "destinasyon kıyaslaması", "destinasyon fırsatları" ve "hizmet kolaylığı" olarak adlandırılmıştır. Araştırma bulgularında, dental turistlerin dental turizm faaliyetleri hakkında bilgiyi ağızdan ağıza iletişim yoluyla aldıkları ve seyahatlerini bireysel olarak planladıkları belirlenmiştir. Bununla birlikte, dental turistlerin gerçekleştirmiş oldukları dental turizm faaliyetine yönelik genel memnuniyet, tavsiye etme niyeti ve tekrar gelme niyetini etkileyen boyutların "hizmet kalitesi" ve "hizmet kolaylığı" olduğu saptanmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Dental Turizm, Alanya.

**Abstract**

This research is conducted to determine the dental tourism experiences of dental tourists who came Alanya within the concept of dental tourism which is under medical tourism. Research is conducted in Alanya. Five factors which affects the dental tourism experience of dental tourists was determined as the results of the analysis. These factors are named as "destination and dental treatment opportunities", "service quality", "comparison of destinations", "destination opportunities, and "service convenience". Research findings reveals that dental tourists gather information about dental tourism activities by word of mouth but plan their travel individual. However, factors which affect general satisfaction, recommendation and revisit intention of dental tourists toward dental tourism activities are "service quality" and "service convenience".

**Keywords:** Dental Tourism, Alanya.

**Giriş**

Son yıllarda tüketici ihtiyaçlarının hızlı şekilde değişmesi ve gelişmesi sonucunda yeni niş turizm pazarları (macera turizmi, kültürel turizm, medikal turizm, dental turizm vb.) ortaya çıkmıştır (Enache ve diğ., 2013:420). Yoğun rekabetin yaşandığı turizm endüstrisinde destinasyon ve turizm işletmelerinin rekabet üstünlüğü sağlayabilmesi için niş pazarlara ulaşması gerekmektedir (Kaçmaz, 2014:1). Yoğun rekabetin yaşandığı turizm endüstrisinde kitlesel turizmin olumsuzluklarından kaçınan destinasyon ve turizm işletmeleri gerek yeni pazarlar yaratmak gerekse mevsimsel turizm sezonunu genişletmek amacı ile niş pazarlara yönelmektedirler (Bull ve Weed, 1999:142). Bu niş pazarlar çok çeşitli olup sağlık turizmi, medikal turizm, üçüncü yaş turizmi, spor turizmi, engelsiz turizm gibi örneklendirilebilir.

Medikal turizm geniş anlamıyla iyileşmek ve sağlıklı olmak amacıyla ekonomik ya da uzmanlık gerektiren tedaviler için seyahat etmek olarak tanımlanmaktadır (Deloitte, 2010:2). Bir başka tanıma göre ise medikal turizm; hastaların kendi ülkelerinde olmayan veya maliyet, bekleme zamanının uzunluğu gibi sebeplerle kendi ülkelerinde erişemedikleri tedavi hizmetlerini ülke dışına seyahat yaparak almalarıdır (Connell, 2011:11). Bu tanımlardan yola çıkarak, medikal turistlerin kendi ülkelerinde olmayan veya bekleme zamanı uzunluğu, maliyet gibi sebeplerle erişemedikleri cerrahi yada uzmanlık gerektiren tedavi hizmetlerini almak için kendi ülkeleri dışına seyahat etmeleri sonucunda gerçekleştirdikleri uluslararası hizmet ticaretini içeren ekonomik aktiviteleri karşılayabilmek için turizm ve sağlık sektörlerinin birlikte çalışması medikal turizm olarak tanımlanabilir (Kahveci, 2014:24-25).

Medikal turizmin toplam sektör büyüklüğü 2010 yılında 79 milyar dolar iken 2015 yılında 130 milyar dolara ulaşması beklenmektedir (NY Daily News, 2012). Ülkelere döviz girdisi sağlaması açısından bu büyüklükte bir pazardan pay almak, destinasyonlara ekonomik anlamda büyük katkı sağlayacaktır. Bu bağlamda destinasyonların sahip olduğu avantajlar ve devlet desteği destinasyonların küresel rekabet avantajı elde edebilmeleri açısından önem arz etmektedir. Özellikle Hindistan, Macaristan, Türkiye ve Güney Kore gibi popüler medikal turizm destinasyonları hem devlet tarafından desteklendiği hem de

\* T.C. Alanya Belediyesi Akademik Araştırmalar Merkezi, yykacmaz@hotmail.com

\*\* Arş. Gör., Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, atakahveci@akdeniz.edu.tr

hizmet kalitesinin yüksek oluşu nedeniyle bu niş pazarda rekabet üstünlüğüne sahiptirler (Enache ve diğ., 2013:420).

Bu çalışmada medikal turizm kapsamında dental turizm incelenmiştir. Dünyadaki alan yazında araştırmacılar tarafından son yıllarda üzerinde çalışılan fakat uluslararası literatürde birçok araştırmacı tarafından incelenmesine rağmen Türkiye'deki sosyal bilimler alan yazınında doğrudan olarak ele alınmayan dental turizm (dental tourism) bu çalışma ile incelenmiştir. Bu çalışmada öncelikle dental turizm tanımlanıp olumlu/olumsuz yönleri belirtildikten sonra Alanya destinasyonunda dental turistlerin dental turizm deneyimlere yer verilmiştir.

### **1. DENTAL TURİZM**

Son yıllarda hastaların diş tedavisi amacıyla yurtdışına çıkması popüler hale gelmiştir (O'Connell ve O'Sullivan, 2007:180; Asai ve Jones, 2007:1018; Milosevic, 2009:289). Dental turizm, ülke dışında alınan diş tedavisi ile tatil amaçlı seyahati birleştiren bir medikal turizmi türüdür (Asai ve Jones, 2007:1018). Dental turizm kavramı diş tedavi hizmeti almak amacıyla başka ülkelere yapılan seyahatler olarak tanımlanmaktadır (Borrowman ve diğ., 2010:441). Başka bir tanıma göre ise dental turizm, hastaların dental tedavi satın alma amacıyla ulusal sınırlar dışına seyahat etmeleridir (Conti ve diğ., 2013:209). Ayrıca O'Connell ve O'Sullivan (2007:180) dental turizmi maliyet avantajı, hızlı tedavi ve tatil paketinin tedavi ile birleştirilmesi olarak yorumlamaktadır. Bu tanımlardan yola çıkarak dental turizm; dental turistlerin tatil, hızlı tamamlanan tedavi planlaması ve maliyet gibi nedenlerle dental tedavi hizmeti almak amacıyla ulusal sınırlar dışına seyahat etmeleri sonucunda oluşan ekonomik aktiviteleri karşılamak için turizm ve sağlık sektörünün birlikte çalışması olarak tanımlanabilir.

Dental tedavi ihtiyacı olan hastaların dental turizmi tercih etmelerini etkileyen birçok farklı faktör bulunmaktadır. Bazı hastalar egzotik bir yerde pahalı bir tedavi almak isterken, bazıları ise sadece işin maliyet boyutunu dikkate alarak dental turizmi tercih edebilmektedir (Asai ve Jones, 2007:1018). Ülke dışında dental turistlerin dental tedavi hizmeti almasını uygun fiyat, hizmet kalitesi, hızlı tamamlanan tedavi planlaması, tedavinin aynı zamanda tatille birleştirilmesi, ucuz ulaşım imkânı, bilgiye internet yoluyla kolay erişim ve bekleme süresinden kaçınma gibi faktörler etkilemektedir (MacReady, 2007:1849; Turner, 2008:553; Milosevic, 2009:289; Barrowman ve diğ., 2010:441; Ramachandran ve Deshpande, 2014:13; Stanciu ve diğ., 2014:591). Bu faktörler dental turizmin büyümesini sağlamaktadır. Dental turizmin büyümesinde etkili olan faktörler incelendiğinde gelişmekte olan ülkelerdeki tedavi standartlarının yükselmesi de önemli bir rol oynamaktadır. Ayrıca bazı ülkelerde dental tedavi hizmetlerinin sigorta kapsamında olmayışı da dental tedavi ihtiyacı duyan hastaların dental turizm tercihlerini etkileyen faktörlerdendir (Barrowman ve diğ., 2010:441). Bu faktörler dental turizmden faydalanmak isteyen dental turistlere avantajlar sağlamaktadır. Bir başka avantaj örneği ise, internete dental turizm yazarak yapılan bir aramada konu ile ilgili birçok makale ve dental turizm paketlerine yönelik reklamların görülmesidir. Bu durum dental turistlerin internet üzerinden ihtiyaç duydukları bilgilere kolaylıkla ulaşmasını sağlamaktadır (Asai ve Jones, 2007:1018; O'Connell ve O'Sullivan, 2007:182; Turner, 2008:553; Riordain ve McCreary, 2009:583; Turner, 2009:117; Barrowman ve diğ., 2010:441; Cohen, 2012:92).

Dental turizmin bireylere sağladığı avantajlar dışında destinasyonlara sağladığı avantajlarda söz konusudur. Dental turizm ülkelere ihtiyaç duydukları döviz girdisini sağlamaktadır (Arends, 2011:584). Destinasyon için önemli bir gelir kalemi olan turizm kapsamında medikal turizmin altında yer alan dental turizm gelecekte çok büyük bir büyüme potansiyeline sahip bir sektördür. Bu nedenle dental turizm sağlık hizmeti ihraç eden destinasyonlar için önemli miktarda döviz girdisi sağlamakta olup bu destinasyonların ekonomik anlamda büyümesine katkıda bulunmaktadır (Loubeau, 2009:194).

Dental turizmin destinasyonlara sağladığı avantajlara ilişkin veriler incelendiğinde Feltracco ve arkadaşlarının (2013:19) yapmış olduğu çalışmada her yıl Doğu Avrupa'yı yaklaşık 250.000 dental turist ziyaret ettiği belirtilmiştir. Türkiye verileri incelendiğinde ise Sağlık Bakanlığının 2013 Medikal Turizm Raporuna göre 2012 yılında Türkiye'de 9.908 dental turist hastanelerden dental sağlık hizmeti almıştır (Sağlık Bakanlığı, 2013:66). Aynı şekilde dental turizmin bireylere sağladığı avantajlar incelendiğinde Amerika Birleşik Devletleri Arizona Eyaletinde yaklaşık 2.000 \$ alınan implant tedavi hizmeti Meksika'nın Jaurez şehrinde 479 \$ alınabildiği görülmektedir (Ortiz, 2011:35). Bir başka örnekte ise Amerika Birleşik Devletlerinde yaklaşık 50.000 \$ alınabilecek bir tedavi Macaristan'da bütün seyahat ve konaklama masrafları dahil 20.000 \$ alınabilmektedir (Leong, 2008:12). Pollard'ın (2007) yapmış olduğu çalışmasında Birleşik Krallık'ta 2000 £ mal olan dental implant tedavisinin Türkiye'de seyahat ve konaklama masrafları dahil 988 pounda mal olduğu belirtilmiştir (Kovács ve Szocska: 2013:44). OECD (Organisation for Economic Cooperation and Development)'nin verileri incelendiğinde ise Birleşik Krallık'ta 1600 \$ alınan dental implant tedavi hizmeti Macaristan'da 650 dolara, Polonya'da 953 \$ ve Meksika'da 950 \$ alınabilmektedir. Aynı şekilde Birleşik Krallık'ta 500 \$ alınan diş beyazlatma hizmeti Polonya'da 174 dolara, Hindistan ve Tayland'da ise 100 \$ alınabilmektedir (OECD, 2011:12).

Dental turizmin dental turistlere ve ülkelere sağladığı avantajlar dışında dezavantajları ve negatif etkileri de söz konusudur. Dental turizmin dezavantajları incelendiğinde bunlardan ilki dental turizm kapsamındaki hastalar için hesap verilebilirliktir. Hesap verilebilirlik dental tedavi sağlayıcısının tedavinin sonuçları ile ilgili olarak profesyonel, ahlaki, yasal ve etik görevlerini yerine getirmesidir. Çünkü dental tedavi sağlayıcısı bu görevlerini yerine getirmediği takdirde hastanın ülkesine döndüğünde ortaya çıkabilecek komplikasyonların fark edilmesi veya tedavi edilmesi oldukça güçtür. İkinci bir dezavantaj ise diş hekimlerinin eğitilmesi noktasında ülkeler arasındaki eğitim farklılıklarıdır. Eğitim farklılıklarından dolayı ortaya çıkan farklı tedavi yöntemleri hastaların ileriki süreçte kendi ülkelerinde veya başka bir yerde alabilecekleri tedavi hizmetlerini olumsuz yönde etkilemeyebilmektedir. Üçüncü dezavantaj ise hastaların dental turizm sürecinde kapabileceği nozokomiyal<sup>2</sup> enjeksiyonlar ve bölgeye özgü hastalıklardır (Barrowman ve diğ. 2007:441; Chen ve Wilson, 2013:1752). Diğer bir dezavantaj ise tedavi sonrasında rutin kontrollerin gerçekleştirilememesidir (O'Connell ve O'Sullivan, 2007:181).

Dental turizmin dezavantajları olabileceği gibi negatif etkileri de söz konusudur. Dental turizm hizmeti ihraç eden ülkeye gelen dental turist sayısı arttıkça ülkedeki dişçiler dental turistlere yönelik hizmet vermeye yoğunlaşabileceklerinden, bu durum yerel halkın ağız sağlığı üzerinde negatif bir etkide bulunabilmektedir (Arends, 2011:584). Bununla birlikte dental turizm kapsamında tedavi olan hastalar ülkelerine döndüklerinde herhangi bir sorunla karşılaşmaları durumunda ülkelerinde tedavi görme ihtiyacı duyabilmektedir (Asai ve Jones, 2007:1018-1019; O'Connell ve O'Sullivan, 2007:180; Milosevic, 2009:289; Arends, 2011:584). Fakat diş hekimleri dental turizm kapsamında dental tedavi hizmetini yurtdışında alan hastaların ülkelerine döndüklerinde herhangi bir komplikasyon yaşamaları durumunda bu hastalara hizmet vermekte gönüllü olmadıklarını belirtmişlerdir (Asai ve Jones, 2007:1018; Turner, 2008:554; Turner, 2009:118). Bunun nedeni tekrar tedavi sürecinde daha büyük sorunlar yaşanabileceği ve bunlardan yasal olarak kendi ülkelerinde bu tedaviyi yapan diş hekimlerinin sorumlu olabileceğidir (CED, 2007:6).

Bu dezavantaj ve negatif etkilerden kaçınmak isteyen dental turistler dental turizm hizmeti almak istedikleri ülke tercihlerini yapmadan önce gitmeyi planladıkları ülkede yer alan dental hizmetler (dental eğitim, yeterlilik, hizmet kalitesi vb.) ile ilgili bilgi sahibi olmalıdır (Asai ve Jones, 2007:1018; O'Connell ve O'Sullivan, 2007:182). Ayrıca sadece daha uygun maliyetle dental tedavi hizmeti almak amacıyla seyahat eden dental turistler daha sonra oluşabilecek komplikasyonların da birer maliyet olduğunu dikkate alarak tercihte bulunmalıdırlar (Milosevic, 2009:291; Barrowman ve diğ. 2010:445).

## **2. DENTAL TURİZM İLE İLGİLİ YAPILAN ÇALIŞMALAR**

Klingenberger ve arkadaşlarının (2009:64-66) Almanya'da yapmış olduğu çalışmada 30-75 yaş arası 1368 hastaya dental turizmin ekonomik boyutu ve dental turizmi tercih etme nedenleri hakkında 22 önermeyle bireysel görüşleri sorulmuştur. Ayrıca yapılan çalışmada 300 diş hekimine de anket uygulanmıştır. Çalışmada Almanya ile diğer ülkeler arasındaki fiyat farklılıklarının hastaların dental turizmi tercih etmelerine neden olduğu görülmüştür. Ayrıca çalışmada katılımcıların %92'sinin kaliteye önem verdiklerini, %31'inin ise maliyet uygunluğunu ön planda tuttuklarını belirtmişlerdir. Diş hekimlerine yapılan anket sonucunda ise diş hekimlerinin %29'u dental turizm kapsamında alınan hizmetin kalitesinin tartışmaya açık olduğunu ve bu nedenle dental turizme sıcak bakmadıklarını belirtmişlerdir. Ayrıca diş hekimlerinden sadece %10'u dental turizm kapsamında alınan hizmeti kaliteli bulmaktadır.

Barrowman ve arkadaşlarının (2010:441) yapmış olduğu çalışmada uygun fiyatlı tedavi ve ulaşılabilir dental tedavi hizmeti Avusturalya'da yaşayan bazı insanlar için problem olabilmektedir. Bu sebepten dental turizm bazı hastalar için çekici olabilmektedir. Çünkü tedavi masraflarının düşük olması ayrıca anında ve kolaylıkla tedavi hizmeti alınması bazı hastalar için dental turizmi cazip kılmaktadır.

Ahuja ve Parmar'ın (2011:10) Hindistan'a yönelik yapmış oldukları çalışmada Hindistan'da ortalama 10.000 kişiye 1 dişçi, kırsal bölgelerde ise 250.000 kişiye 1 dişçinin düştüğü görülmektedir. Buna karşın Hindistan'ın büyük şehirlerindeki dental tedavileri kalitesinin diğer ülkeler kadar iyi olduğu ve Batı ülkeleri ile karşılaştırıldığında 1/8 ile 1/5 aralığında daha uygun fiyatlarla dental tedavi hizmeti vermektedirler. Bu durum dental turizm endüstrisinin önemini arttığını ve yakın gelecekte daha da büyüyeceğini göstermektedir.

Arends'in (2011:584) İngiltere'de yapmış olduğu çalışmada dental tedavi amacıyla seyahat eden İngiliz vatandaşlarına yönelik herhangi bir istatistiki verinin resmi olarak tutulmadığı belirtilmiştir. Buna karşın medya raporlarına göre dental tedavi amacıyla yurtdışına seyahat eden kişi sayısı her geçen gün artmaktadır. Bu görüş aynı zamanda BDA'nın (Britanya Diş Tabipleri Birliği) kendi araştırmasında da ortaya çıkmış ve önemli sayıda hastanın dental tedavi amacıyla özellikle Macaristan ve Polonya'ya seyahat ettiği belirlenmiştir.

<sup>2</sup> Hastanede alınan yada hastaneden kaynaklanan enfeksiyon.

İtalya'da dental turizm faaliyeti içerisinde bulunmuş olan hastalara yönelik yapılmış olan çalışmada dental turizm kapsamında hangi tür tedavi hizmeti aldıkları, seyahat sebepleri ve aldıkları tedavi ile ilgili memnuniyet düzeyleri gibi birçok değişken incelenmiştir. Buna göre İtalyan dental turistlerin dental turizmi tercih etmelerindeki temel nedeninin uygun fiyatlı tedavi almak olduğu belirlenmiştir. İtalyan dental turistleri dental turizme yönlendiren bir diğer neden ise kısa zamanda tam tedavi hizmeti sunulması olduğu görülmüştür. Ayrıca bu turistleri dental turizme yönlendiren bir diğer nedenin ise kendi ülkelerinde yaşamış oldukları kötü deneyimler olduğu saptanmıştır (Cormognola ve diğ., 2012'den aktaran Conti ve diğ. 2013:209).

Conti ve arkadaşlarının (2013:209) yapmış olduğu çalışmada dental turizm kapsamında tedavi hizmeti talep eden dental turistleri etkileyen tek faktörün tedavi ihtiyacı, kendi ülkesinde tedaviye ulaşamaması veya daha kaliteli tedavi arayışı değil temel olarak daha ucuz fiyatlı tedavi arayışı olduğu belirtilmiştir.

Deasy ve arkadaşlarının (2013) yapmış olduğu çalışmada Endonezya ve Güney Kore vatandaşlarının dental turizm tecrübeleri, dental turizm hakkındaki bilgileri ve dental turizme karşı tutumları incelenmiştir. Çalışma sonucunda katılımcıların çoğunun dental turizm hakkında bilgisi olmadığı görülmüştür. Ayrıca Endonezya ve Kore vatandaşları kendi ülkelerinde dental hizmetlerin iyi olması sebebiyle dental turizme olumlu gözle bakmamaktadır (Deasy ve diğ., 2013:459-467).

Pradhan ve arkadaşları (2014) sosyal ağların bilgi değişimi noktasında öneminin bugün herkes tarafından kabul edilmesi nedeniyle diş hekimi ve dental tedavi alacakların birbirleri ile eşleşmesi konusunda nitel bir araştırma yapmışlardır. Dental forum sitelerinde yapılan yorumlarda kullanılan kelimeler ile dişçilerin özelliklerini oluşturmaya çalışmışlardır. Ayrıca 240 dental tedavi alacak katılımcıya ise kişilik testi uygulamışlardır. Araştırma sonucunda farklı karakterdeki katılımcıların, ideal diş hekimlerini farklı sıraladıklarını belirlemişlerdir.

Stanciu ve arkadaşları (2014) yaptıkları teorik çalışmada Romanya'nın Avrupa Birliği içinde yer alması nedeniyle dental turizm gibi niş pazarlarda çok avantajlı olduğunu belirtmiş, ayrıca bu avantajdan faydalanabilmek için dental turistlerin güveninin kazanılmasını ve tanıtım faaliyetlerinin gerçekleştirilmesini önermiştir. Tek bir internet sitesinde Romanya'daki dental hizmet veren hemen hemen tüm kliniklerin promosyon ve tekliflerinin yanında diğer ülkelerdeki promosyon ve tekliflerin verilmesinin artık organize ve profesyonel bir şekilde gerçekleştirilmesi gerektiğini önermiştir.

Calvasina ve arkadaşları (2015) Kanada'daki göçmenlerin dental tedavi için başka bir ülkeye gitmelerinin sebeplerini araştırmışlardır. 89.100 göçmeni temsil eden 3.976 geçerli ankete ulaşmışlardır. Anket sonuçlarına göre katılımcıların % 12,9'u dental tedavi için başka bir ülkeye gitmektedir. Dental sigortası olmayan ve sürekli işsiz olan kişilerde ise dental tedavi için yurt dışına çıkma oranı sırasıyla %18,6 ve %21,4'tür. Çalışma sonucunda devletin sağladığı dental tedavinin toplumda daha çok bireye ulaşması ve daha çok göçmeni kapsamaması gerektiği önerilmiştir.

Hanefeld ve arkadaşlarının (2015:356-363) yapmış olduğu çalışmada 11'i dental turist olan 77 medikal turistin görüşlerine yer vermişlerdir. Buna göre, dental turistlerin öncelikli olarak dental turizmi seçme nedenlerinin uygun maliyet olduğu ve aynı zamanda tedaviyi tatilin bir parçası olarak gördüklerini belirtmişler.

Dental turizm ile ilgili yapılan literatür taraması sonucunda Türkiye'de dental turistler ile ilgili daha önce yapılmış olan bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu çalışma, Türkiye'de medikal turizmin hızlı gelişme potansiyeli göz önünde bulundurulduğunda, ilgili dünya literatürünün Türkiye'ye tanıtılması ve alt dallarının geliştirilmesi açısından önem arz etmektedir. Ayrıca yapılan araştırma, Alanya'ya gelen dental turist profilini ortaya çıkaracağından diğer dünya ülkelerindeki dental turist profili ile olan benzerlik ve farklılıkların incelenmesi açısından da önemlidir.

### **3. METODOLOJİ**

Bu çalışma, Alanya destinasyonuna dental tedavi hizmeti almak için gelmiş turistlerin almış dental turizm deneyimlerini ölçmek amacıyla yapılmıştır. Yoğun rekabetin yaşandığı turizm endüstrisinde rekabet üstünlüğü sağlayabilmek için başta destinasyonlar olmak üzere destinasyonda yer alan konaklama işletmeleri, seyahat acentaları ve diğer turizm işletmelerinin niş pazarlara ulaşması gerekmektedir. Bu kapsamda ulaşılabilir niş pazarlardan bir tanesi dental turizm pazarıdır.

Bu araştırmada nicel araştırma yöntemi kullanılmış olup veriler anket formları aracılığıyla elde edilmiştir. Anket formu ilgili alanyazın taraması yapıldıktan sonra (Deasy ve diğ., 2013; Enache ve diğ. 2013; Feltracco ve diğ. 2013; Geangu ve diğ. 2011; Kovaks ve Szocska, 2013); Kováks ve diğ. 2013; Hanefeld ve diğ. 2015; Junaid ve diğ. 2012; Riordain ve McCreary 2009; Österle ve diğ. 2009; Ortiz, 2011; Michalko ve diğ. 2012; Marulc, 2011; Turner, 2010) yazarlar tarafından oluşturulmuştur. Bu çalışmanın evrenini Alanya destinasyonunda bulunan diş polikliniklerinde tedavi hizmeti alan dental turistler oluşturmaktadır. Çalışmanın evrenini oluşturan dental turistlerin sayısının belirlenmesi amacı ile Antalya Diş Hekimleri

Odası ve Alanya’da yer alan Antalya Dış Hekimleri Odası temsilciliği ile görüşülmüş olup, Alanya destinasyonunu ziyaret eden dental turistler ile ilgili herhangi bir istatistiki verinin olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu nedenle çalışma için gerekli olan örneklem büyüklüğü hesaplanamamıştır. Anket, Ağustos 2014- Haziran 2015 tarihleri arasında Alanya destinasyonunda yer alan 11 diş hekiminin çalıştığı 4 farklı diş Polikliniğinde turistlerin tedavisi sonrasında uygulanmıştır. Toplamda 102 kullanılabilir anket toplanmış ve analize tabi tutulmuştur.

Dental turistlerin dental turizm deneyimlerine ilişkin sorular 1 ile 5 arasında değişen Likert tipi ölçek üzerinden değerlendirilmiştir. Ölçekte yer alan önermeler “Hiç Katılmıyorum = 1”, “Katılmıyorum = 2”, “Kararsızım = 3”, “Katılıyorum = 4” ve “Tamamen Katılıyorum = 5” olacak şekilde ifade edilmiştir. Ölçeğin aralık genişliği, dizi genişliği/yapılacak grup sayısı formülü (Tekin, 1996) ile hesaplanarak bulunmuştur. Aralık genişliği katsayısı, ölçme sonuçları dizisindeki en büyük değer ile en küçük değer arasındaki farkın grup sayısına bölünmesiyle belirlenir. Buna göre ölçeğin aralık genişliği katsayısı  $[(5-1)/5]$  0,80 olarak hesaplanmıştır. Sonuçların değerlendirilmesinde baz alınan aritmetik ortalama aralıkları; “1,00-1,80=Kesinlikle Katılmıyorum”, “1,81-2,60=Katılmıyorum”, “2,61-3,40=Kararsızım”, “3,41-4,20=Katılıyorum”, “4,21-5,00=Kesinlikle Katılıyorum” şeklindedir.

#### 4. BULGULAR

Araştırmanın bulguları üç başlık altında toplanmıştır. Birinci başlıkta yer alan bulgular, katılımcıların demografik özellikleri ile dental turizm faaliyetinin nasıl seçildiği ve organize edildiğine yönelik bilgilendirme amacıyla verilmiştir. İkinci başlık, dental turistlerin dental turizm deneyimlerinin hangi boyutlardan oluştuğunu belirlemek amacıyla uygulanan faktör analizinden oluşmaktadır. Son olarak üçüncü başlık, faktör analizi sonucunda ortaya çıkan boyutların arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla uygulanan korelasyon ve regresyon analizlerinden oluşmaktadır.

Tablo 1: Demografik Bulgular

Cinsiyet	n	%	Eğitim	n	%
Kadın	52	51,0	Lise	20	19,6
Erkek	50	49,0	Yüksekokul	41	40,2
			Üniversite	41	40,2
Yaş	n	%	Ülke	n	%
34-41 Yaş	11	10,7	Almanya	7	6,9
42-49 Yaş	22	21,6	Rusya	7	6,9
50-58 Yaş	37	36,3	Danimarka	23	22,5
59 Yaş ve Üzeri	32	31,4	Norveç	36	35,3
			Finlandiya	8	7,8
			Diğer	21	20,6
Bilgi Alma	n	%	Planlama	n	%
Akraba / Arkadaş	56	54,9	Bireysel	86	84,3
İnternet	34	33,3	İnternet	10	9,8
Diğer**	12	11,8	Seyahat Acentası	6	5,9

\*İngiltere, Hollanda, İsveç, Irak, İran, Suriye, Ukrayna, Polonya

\*\* Yabancı ofis, katalog, aracı firma

Araştırmaya katılanların demografik özelliklerine ilişkin bulguları incelendiğinde (Tablo 1) katılımcıların %51’ini kadınların, %49’unu erkeklerin oluşturduğu görülmektedir. Araştırmaya katılanların yaş aralıklarına bakıldığında %10,7’sinin 34-41 yaş, %21,6’sının 42-49 yaş, %36,3’ünün 50-58 yaş ve 31,4’ünün 59 yaş ve üzeri olduğu saptanmıştır. Buna göre katılımcıların tamamının orta yaş ve üçüncü yaş katılımcılardan oluştuğu görülmektedir. Katılımcıların eğitim durumları incelendiğinde %19,6’sının lise, %40,2’sinin yüksekokul ve %40,2’sinin üniversite mezunudur. Katılımcıların yaşadığı ülkeler incelendiğinde ise %6,9’unun Almanya’da, %6,9’unun Rusya’da, %22,5’inin Danimarka’da, %35,3’ünün Norveç’te, %7,8’inin Finlandiya’da ve %20,6’sının ise diğer ülkelerde (İngiltere, Hollanda, İsveç, Irak, İran, Suriye, Ukrayna ve Polonya) yaşadığı belirlenmiştir. Araştırmaya katılanların bilgi alma ve dental tedavi hizmeti alımını planlamasına yönelik bulgular incelendiğinde katılımcıların %54,9’unun akraba veya arkadaşlarından, %33,3’ünün internet üzerinden ve %11,8’inin diğer kaynaklardan (yabancı ofis, katalog ve aracı firma) Alanya destinasyonunda yer alan dental tedavi hizmetleri ile ilgili bilgi aldığı saptanmıştır. Katılımcıların %84,3’ünün bireysel, %9,8’inin internet üzerinden ve %5,9’unun ise seyahat acentası aracılığı ile dental tedavilerini planladıkları belirlenmiştir.

#### 4.1. FAKTÖR ANALİZİ BULGULARI

Ölçeğin yapısal geçerliliğini belirleyebilmek için faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Ölçeğin güvenilirliğinin test edilmesinde, ölçeğin içsel tutarlılığını gösteren alfa katsayısı (Cronbach’s Alpha) kullanılmıştır. Ayrıca her bir faktörün de güvenilirlik katsayıları hesaplanmıştır. Faktör analizinde örnekleminin sayısının yeterliliğini gösteren Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değerinin ,719 olarak belirlenmiştir. Elde edilen bu değer örneklem büyüklüğünün faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir. Korelasyon matrisinin birim matrise eşit olup olmadığı hipotezini test eden Bartlett’s Test of

Sphericity değerinin ( $\chi^2=656,553$ ,  $df=153$ ,  $sig< 000$ ) istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır. Elde edilen bu sonuca göre faktör analizinin değişkenlere uygulanabileceği söylenebilir.

Tablo 2: Faktör Analizi Bulguları

	FY	ÖD	VYO	$\bar{x}$
<b>Faktör 1: Destinasyon ve Dental Tedavi İmkanları</b>				3,75
12. Alanya'da dental tedavi hizmetini diğer ülkelerde yer dental tedavi hizmetlerine göre daha ucuz maliyette olduğu için tercih ettim.	,586			3,69
16. Alanya'da dental tedavi hizmetini tatilim esnasında yaşamış olduğum dental tedavi ihtiyacım nedeniyle tercih ettim.	,670			3,84
18. Alanya'da almış olduğum dental tedavi hizmeti ile yaşamış olduğum sağlık sorununu çözebilirim.	,416	4,25	%23,60	3,93
19. Alanya'da dental tedavi hizmeti almış olduğum diş hekimi ile tedavim konusunda iyi iletişim içindeyim.	,793			3,59
20. Alanya'da dental tedavi hizmeti almış olduğum diş hekiminin yabancı dili yeterlidir.	,693			3,79
24. Alanya'da dental tedavi hizmetine ilişkin aldatıcı fiyatlarla karşılaşmadım.	,741			3,66
<b>Faktör 2: Hizmet Kalitesi</b>	<b>FY</b>	<b>ÖD</b>	<b>VYO</b>	<b>4,22</b>
21. Alanya'da dental tedavi hizmeti almış olduğum diş hekimi dental tedavi ihtiyaçlarıma anında cevap verebilmektedir.	,801			4,27
22. Alanya'da dental tedavi hizmeti almış olduğum diş hekimi tedavi öncesi yapılacak tedavi hakkında yeterli bilgilendirme yapmaktadır.	,842	3,07	%17,06	4,27
23. Alanya'da dental tedavi hizmeti almış olduğum diş hekimi tedavi sonrasında yaşayabileceğim sorunlar hakkında yeterli bilgilendirme yapmaktadır.	,759			4,10
<b>Faktör 3: Destinasyon Kıyaslaması</b>	<b>FY</b>	<b>ÖD</b>	<b>VYO</b>	<b>3,04</b>
4. Alanya'da dental tedavi hizmetini ülkeme yakın olması nedeniyle tercih ettim.	,783			2,94
6. Alanya'da dental tedavi hizmetini ülkemde yeterli kalitede hizmet alamamam nedeniyle tercih ettim.	,668	1,79	%9,93	2,90
8. Alanya'da dental tedavi hizmetini ülkemde sahip olduğum sağlık sigorta paketi kapsamında dental tedavi hizmetinin olmaması nedeniyle tercih ettim.	,795			3,29
<b>Faktör 4: Destinasyon Fırsatları</b>	<b>FY</b>	<b>ÖD</b>	<b>VYO</b>	<b>3,83</b>
1. Dental tedavi hizmetini Alanya destinasyonunda yer aldığı için tercih ettim.	,548			3,80
3. Alanya'da dental tedavi hizmetini destinasyonun fiyat uygunluğu (konaklama, seyahat vb.) nedeniyle tercih ettim	,812	1,37	%7,62	4,87
5. Alanya'da dental tedavi hizmetini tatilimle birleştirebilmem nedeniyle tercih ettim.	,697			3,80
<b>Faktör 5: Hizmet Kolaylığı</b>	<b>FY</b>	<b>ÖD</b>	<b>VYO</b>	<b>4,03</b>
13. Alanya'da dental tedavi hizmetini hızlı tamamlanan tedavi planlaması nedeniyle tercih ettim.	,608			4,15
14. Alanya'da dental tedavi hizmetini hızlı dental tedavi hizmeti verilmesi nedeniyle tercih ettim.	,797	1,07	%5,96	4,00
15. Alanya'da yer alan dental tedavi hizmetleri hakkında bilgiye rahatlıkla ulaşabilirim.	,609			3,94
Kaiser-Meyer-Olkin			,719; $p<0,05$	
Bartlett's Test of Sphericity			656,553; $df 153$ ; $Sig. 000$	
Toplam Varyansı Açıklama Oranı			%64,17	
Cronbach's Alpha			,777	
<b>FY: Faktör Yükleri, ÖD: Özdeğer, VYO: Varyansı Açıklama Oranı</b>				

Güvenilirlik analizi sonucunda ölçeğin güvenilir olduğunun söylenebilmesi için alfa katsayısının aldığı değer 0,60'dan büyük olması gerekmektedir. Elde edilen güvenilirlik katsayısına göre ( $\alpha=0.777$ ) ölçeğin güvenilir olduğu ifade edilebilir. Ayrıca ölçeğin her alt boyutu için güvenilirlik katsayıları hesaplanmıştır. Alt boyutların güvenilirlik katsayılarının da  $\alpha=0.60$  değerinden yüksek olması bu alt boyutların güvenilir olduğunu göstermektedir. Uygulanan faktör analizi sonucu faktör yükleri 0,40'den ve özdeğerleri 1'den büyük olan beş faktör belirlenmiştir.

Tablo 2'de faktör analizi sonucu elde edilen beş faktör ve bunlara ilişkin özdeğerler ve varyansı açıklama oranları ile birlikte ölçekte yer alan her bir maddenin hangi faktörle ilişkili olduğunu belirten faktör yük değerleri gösterilmiştir. Faktör analizi sonucu elde edilen beş faktör toplam varyansın % 64'17'sini açıklamaktadır.

Birinci faktör altı önermeden oluşmakta olup toplam varyansın %23,60'ını oluşturmaktadır. Faktöre ait özdeğer 4,25'dir. Bu faktör altında toplanan önermeler, destinasyon ve destinasyonda yer alan dental tedavi hizmetleri ile ilgili olduğu için "Destinasyon ve Dental Tedavi İmkanları" başlığı olarak isimlendirilmiştir.

"Hizmet Kalitesi" olarak isimlendirilen ikinci faktör üç önermeden oluşmakta olup toplam varyans açıklama oranı ise %17,06'dır. Faktöre ait özdeğer 3,07'dir. Bu faktör altında yer alan önermeler diş hekiminin tedavi ihtiyacını karşılaması, yeterli bilgilendirme yapması ve tedavi sonrası yaşanabilecek sorunlar hakkında bilgilendirme yapması ile ilgili ifadelerden oluşmaktadır.

Üç önermeden oluşan üçüncü faktör toplam varyansın %9,93'ünü açıklamakta olup, "Destinasyon Kıyaslaması" başlığı olarak isimlendirilmiştir. Faktöre ait özdeğer 1,79'dir. Bu faktör; katılımcıların kendi ülkelerinde yeterince hizmet alamamasını ve ülkesinde diş tedavi hizmetinin sigorta kapsamında olmadığını işaret etmektedir.

Dördüncü faktör toplam varyansın %7,62'sini oluşturmaktadır. Faktöre ait özdeğer 1,37'dir. Bu faktör altında toplanan üç önerme lokasyon, fiyatların uygun olması, tedaviyi tatille birleştirme gibi destinasyonun sunmuş olduğu fırsatlara yönelik ifadelerden oluştuğu için "Destinasyon Fırsatları" şeklinde isimlendirilmiştir.

"Hizmet Kolaylığı" olarak isimlendirilen beşinci faktör üç önermeden oluşmakta olup toplam varyans açıklama oranı ise %5,96'dır. Faktöre ait özdeğer 1,07'dir. Bu faktör altında yer alan önermeler; tedavi hakkında hızlı bilgi verilmesi, tedavinin hızı ve tedavi hakkında bilgiye rahat ulaşabilme ile ilgilidir.

#### 4.2.KORELASYON VE REGRESYON ANALİZİ BULGULARI

Dental turistlerin deneyimlerini etkileyen faktörler ile "genel memnuniyet", "tavsiye etme" ve "tekrar gelme niyeti" arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla korelasyon analizi uygulanmıştır. Bu analizlerde, ölçeğin sonunda yer alan "Alanya destinasyonunda almış olduğum dental tedavi hizmetinden memnunum", "Alanya destinasyonunda dental tedavi hizmetini arkadaşlarıma tavsiye ederim" ve "Alanya destinasyonuna dental tedavi hizmeti için tekrar gelmek isterim" biçimindeki tek değişkenli ifadeler kullanılmıştır.

Tablo 3'de yer alan korelasyon analizi sonuçlarına göre; "destinasyon ve dental tedavi imkanları" ve "destinasyon kıyaslaması" faktörleri ile "genel memnuniyet" ( $p>0,50$ ), "tavsiye etme" ( $p>0,50$ ) ve "tekrar gelme niyeti" ( $p>0,50$ ) arasında anlamlı bir ilişki olmadığı, "hizmet kalitesi" ve "hizmet kolaylığı" faktörleri ile "genel memnuniyet" ( $p<0,10$ ), "tavsiye etme" ( $p<0,10$ ) ve "tekrar gelme niyeti" ( $p<0,10$ ) arasında %99 anlamlılık düzeyinde bir ilişki olduğu, "destinasyon fırsatları" faktörü ile "genel memnuniyet" ( $p>0,50$ ) ve "tavsiye etme" ( $p>0,50$ ) arasında anlamlı bir ilişki olmadığı bununla birlikte "tekrar gelme niyeti" ( $p<0,50$ ) ile %95 anlamlılık düzeyinde bir ilişki olduğu belirlenmiştir.

Tablo 3: Korelasyon Analizi

Değişkenler		F1	F2	F3	F4	F5	Genel Memnuniyet	Tavsiye Etme	Tekrar Gelme Niyeti
F1	r								
	p								
F2	r	,143							
	p	,152							
F3	r	,494	,079						
	p	,000**	,428						
F4	r	,075	-,174	,099					
	p	,456	,080	,324					
F5	r	,233	-,174	,247	-,103				
	p	,018*	,000**	,012*	,304				
Genel Memnuniyet	r	,050	,542	,014	-,161	,431			
	p	,619	,000**	,890	,105	,000**			
Tavsiye Etme	r	,075	,600	,146	-,084	,418	,778		
	p	,454	,000**	,143	,398	,000**	,000**		
Tekrar Gelme Niyeti	r	-,039	,501	,144	-,227	,359	,685	,742	
	p	,694	,000**	,148	,022*	,000**	,000**	,000**	

\*Değişkenler arasında %95 anlamlılık düzeyinde ilişki vardır.  
\*\* Değişkenler arasında %99 anlamlılık düzeyinde ilişki vardır.

"Genel tatil memnuniyeti", "tekrar gelme niyeti" ve "tavsiye etme niyeti" ile ilişkili bulunan dental turistlerin dental tedavi deneyimlerini etkileyen faktörlerin önem sıralarını belirlemek için regresyon analizi uygulanmıştır. Bu regresyon analizlerinde, "destinasyon ve dental tedavi imkanları", "hizmet kalitesi", "destinasyon kıyaslaması", "destinasyon fırsatları" ve "hizmet kolaylığı" faktörleri bağımsız değişkenler, "genel tatil memnuniyeti", "tavsiye etme" ve "tekrar gelme niyeti" soruları ise bağımlı değişkenler olarak kullanılmıştır.

Tablo 4: Genel Memnuniyete İlişkin Regresyon Analizi

Bağımsız Değişkenler	Beta	t Değeri	t Değerinin Anlamlılık Düzeyi
Destinasyon ve dental tedavi imkanları	-,039	-0,404	,687
<b>Hizmet kalitesi</b>	<b>,429</b>	<b>4,638</b>	<b>,000</b>
Destinasyon kıyaslaması	-,061	-0,634	,528
Destinasyon fırsatları	-,051	-0,601	,549
<b>Hizmet kolaylığı</b>	<b>,262</b>	<b>2,772</b>	<b>,007</b>
<b>R<sup>2</sup></b>	<b>Düzeltilmiş R<sup>2</sup></b>	<b>F</b>	<b>F Değerinin Anlamlılık Düzeyi</b>
<b>0.351</b>	0.317	10,396	<b>0.0001</b>

Tablo 4’de dental turistlerin dental turizm deneyimlerini etkileyen faktörlerin “genel memnuniyet” üzerindeki etkilerine yönelik regresyon analizi sonuçları yer almaktadır. “Destinasyon ve dental tedavi imkanları”, “hizmet kalitesi”, “destinasyon kıyaslaması”, “destinasyon fırsatları ve “hizmet kolaylığı” faktörlerinin genel memnuniyeti açıklama oranı %35,1’dir ( $R^2=0.351$ ;  $p<0.0001$ ). Genel memnuniyet üzerinde etkiye sahip tek faktör “hizmet kalitesi” ( $\beta=0.429$ ;  $t=4,638$ ;  $p<0.01$ ) ve “hizmet kolaylığı” ( $\beta=0.262$ ;  $t=2,772$ ;  $p<0.01$ ) faktörleri olarak tespit edilmiştir.

Tablo 5: Tavsiye Etmeye İlişkin Regresyon Analizi

Bağımsız Değişkenler		Beta	t Değeri	t Değerinin Anlamlılık Düzeyi
Destinasyon ve dental tedavi imkanları		-,097	-1,053	,295
<b>Hizmet kalitesi</b>		<b>,528</b>	<b>5,928</b>	<b>,000</b>
Destinasyon kıyaslaması		,103	1,116	,267
Destinasyon fırsatları		,024	0,294	,769
Hizmet kolaylığı		,187	2,059	,042
R <sup>2</sup>	Düzeltilmiş R <sup>2</sup>	F	F Değerinin Anlamlılık Düzeyi	
<b>0.401</b>	0.369	12,827	<b>0.0001</b>	

Tablo 5’de dental turistlerin dental turizm deneyimlerini etkileyen faktörlerin “tavsiye etme” üzerindeki etkilerine yönelik regresyon analizi sonuçları yer almaktadır. “Destinasyon ve dental tedavi imkanları”, “hizmet kalitesi”, “destinasyon kıyaslaması”, “destinasyon fırsatları ve “hizmet kolaylığı” faktörlerinin tavsiye etmeyi açıklama oranı %40,1’dir ( $R^2=0.401$ ;  $p<0.0001$ ). Tavsiye etme üzerinde etkiye sahip tek faktör “hizmet kalitesi” ( $\beta=0.528$ ;  $t=5,928$ ;  $p<0.01$ ) olarak tespit edilmiştir.

Tablo 6: Tekrar Gelme Niyetine İlişkin Regresyon Analizi

Bağımsız Değişkenler		Beta	t Değeri	t Değerinin Anlamlılık Düzeyi
Destinasyon ve dental tedavi imkanları		-,224	-2,313	,023
<b>Hizmet kalitesi</b>		<b>,421</b>	<b>4,508</b>	<b>,000</b>
Destinasyon kıyaslaması		,194	1,998	,049
Destinasyon fırsatları		-,139	-1,638	,105
Hizmet kolaylığı		,165	1,730	,087
R <sup>2</sup>	Düzeltilmiş R <sup>2</sup>	F	F Değerinin Anlamlılık Düzeyi	
<b>0.339</b>	0.305	9,849	<b>0.0001</b>	

Tablo 6’da dental turistlerin dental turizm deneyimlerini etkileyen faktörlerin “tekrar gelme niyeti” üzerindeki etkilerine yönelik regresyon analizi sonuçları yer almaktadır. “Destinasyon ve dental tedavi imkanları”, “hizmet kalitesi”, “destinasyon kıyaslaması”, “destinasyon fırsatları ve “hizmet kolaylığı” faktörlerinin tekrar gelme niyetini açıklama oranı %33,9’dur ( $R^2=0.339$ ;  $p<0.0001$ ). Tekrar gelme üzerinde etkiye sahip tek faktör ise “hizmet kalitesi” ( $\beta=0.421$ ;  $t=4,508$ ;  $p<0.01$ ) olarak tespit edilmiştir.

## 5. SONUÇ VE ONERİLER

Bu çalışma medikal turizm kapsamında yer alan dental turizm amacıyla Alanya’ya gelen turistlerin dental turizm deneyimlerini belirlemek amacıyla yapılmıştır. Bu kapsamda araştırmaya katılan katılımcıların dental turizm hakkında bilgi alma kaynakları incelendiğinde katılımcıların yarısından fazlasının (%54,9) bilgiyi akraba ve arkadaşlarından edindiği, geri kalan kısmın önemli bir bölümünün ise (%33,3) bilgiye internet üzerinden ulaştığı belirlenmiştir. Bu sonuçlar ağızdan ağıza iletişimin önemini vurgulamakta ve ayrıca internet üzerinden bilgiye ulaşmanın da yadsınamayacak bir etkisi olduğunu göstermektedir. Ayrıca katılımcıların dental turizm faaliyetlerini planlamalarına yönelik bulgular incelendiğinde ise katılımcıların büyük çoğunluğunun (%84,3) seyahatini bireysel olarak planladığı tespit edilmiştir. Bu sonuçlar incelendiğinde dental turistlerin dental turizm faaliyetleri gerçekleştirme konusunda bireysel hareket ettikleri ve bir kısmının bilgi kaynağı olarak interneti kullanmasına karşın planlamalarını bireysel yaptıkları görülmektedir. Bu durum hassas bir konu olan medikal turizm pazarında doğrudan iletişimin önemini göstermektedir.

Araştırmaya katılan katılımcıların vermiş oldukları cevaplar çerçevesinde yapılan faktör analizi sonucunda dental turistlerin dental turizm deneyimlerine ait beş boyutun olduğu saptanmıştır. Bu boyutlar, “destinasyon ve dental tedavi imkanları”, “hizmet kalitesi”, “destinasyon kıyaslaması”, “destinasyon fırsatları” ve “hizmet kolaylığı” olarak adlandırılmıştır. Katılımcıların büyük kısmının; hizmet kalitesinin çok iyi olduğu, bununla birlikte dental tedavi hizmeti aldıkları destinasyonu ve bu destinasyondaki dental tedavi imkanlarını yeterli bulduğu, dental tedavi hizmeti aldıkları destinasyonun kendilerine yeterli oranda fırsat sunduğu ve almış oldukları hizmetin kendilerine yeterince kolaylık sağladığı görüşündedir. Buna karşın katılımcılar dental tedavi hizmeti almış oldukları destinasyonu diğer tedavi hizmet alabilecekleri destinasyonlarla kıyasladıklarında görüşlerinin kararsız olduğu belirlenmiştir.

Araştırmaya katılan katılımcıların vermiş oldukları cevaplar çerçevesinde ortaya çıkan boyutların dental turistlerin dental turizm deneyimlerine yönelik genel memnuniyetleri, tekrar gelme niyetleri ve tavsiye etme niyetleri üzerindeki etkilerini incelemek amacıyla yapılan korelasyon ve regresyon sonuçları incelendiğinde ise; dental turistlerin almış oldukları hizmet ile ilgili boyutların genel memnuniyeti, tavsiye etme niyetini ve tekrar gelme niyetini etkilediği, bununla birlikte destinasyonun sunmuş olduğu fırsatların



dental turistin tekrar gelme niyeti üzerinde etkili olduğu saptanmıştır. Ayrıca dental turistlerin dental turizm deneyimlerine yönelik faktörlerin genel memnuniyeti açıklama gücü incelendiğinde hizmet kalitesi ve hizmet kolaylığı boyutlarının etkili olduğu, tavsiye etme niyeti ve tekrar gelme niyeti üzerinde ise sadece hizmet kalitesi boyutunun etkili olduğu belirlenmiştir.

Araştırma sonuçları daha önce yapılmış çalışmalar ile karşılaştırıldığında birçok araştırmada yer alan (Klingenberger vd., 2009; Barrowman vd., 2010; Cormognola vd., 2012; Conti vd., 2013; Hanefeld vd.; 2015) "turistlerin dental turizmi tedavinin uygun fiyatlı olması nedeniyle tercih ettikleri" sonucuna bu çalışmada da ulaşılmıştır. Bununla birlikte araştırma, Conti ve arkadaşlarının (2013) yapmış olduğu çalışmada "kendi ülkelerinde tedaviye ulaşamama" ve "daha kaliteli tedavi arayışı" faktörlerinin değil sadece uygun fiyatlı tedavi arayışının dental turistlerin tercihlerinde etkili olduğu görüşünü desteklemektedir. Bu sonuçlara ek olarak, dental turistler Alanya destinasyonunun fiyat uygulugunu da tercih nedeni olarak belirtmişlerdir.

Bu bilgiler ışığında turizm ve sağlık sektöründe rekabet üstünlüğünü elinde tutmak isteyen Alanya destinasyonunun öncelikli olarak hizmet kalitesine önem vermesi gerektiği görülmektedir. Bununla birlikte, dental turistlerin dental tedavi hizmeti dışında kalan sürelerde normal turist olduğu düşünülduğünde Alanya destinasyonunun fiyatlarının uygun olması, dental tedavilerini tatil ile birleştirme gibi fırsat ve imkanların artırılması veya bu temelde çeşitlendirilmesi dental turizm pazarını da olumlu etkileyip rekabet üstünlüğünü artırabileceği söylenebilir. Ayrıca, dental tedavi hizmetinin kalitesinden ödün vermeden, hizmetin devamlılığının sağlanması ile yaklaşık %55 oranında akraba ve tanıdıktan bilgi alarak dental tedavi için yurtdışına çıkma kararı veren dental turistlerin Alanya destinasyonunu seçmelerinde sürekli bir artış sağlanacaktır.

Dental turistlerin Alanya'yı diğer destinasyonlar ile kıyasladığında Alanya'yı farklı görmeyip kararsız kalmasının Alanya destinasyonu için fırsat ve tehditler içerdiği söylenebilir. Fırsat olarak bakıldığında, diğer destinasyonlardan farklı tanıtım faaliyetleri ve pazara giriş seçenekleri uygulandığında Alanya destinasyonu rekabet üstünlüğünü artırabilir. Tehdit açısından bakıldığında ise mevcut pazarlama ve tanıtım faaliyetlerinin dental turistlere ulaşmadığı ya da dental turistler üzerinde etkisinin olmadığı söylenebilir. Bu nedenle daha etkin bir pazarlama faaliyeti düzenlenmesi gerektiği söylenebilir. Ayrıca araştırmaya katılanların tamamını orta yaş ve üzeri dental turistlerin oluşturduğu görüldüğünden, pazarlama faaliyetlerinde demografik dağılım da dikkate alınmalıdır.

Dental turizm ile ilgili Türkiye'deki literatürde daha önce doğrudan bir çalışma yapılmadığından dental turizmin, konuya ilgi duyan araştırmacılar tarafından araştırılıp tartışılması gerekmektedir. Araştırmacılar diş hekimleri, devlet ve yerel halk gibi diğer paydaşların da bu konu ile ilgili görüş ve algılarına yer verecek farklı çalışmalar yapabilirler. Ya da Alanya destinasyonunda yapılan bu çalışmayı, Türkiye'nin farklı bölgelerinde uygulamaları dental turizm literatürünün gelişmesine katkı sağlayacaktır.

## KAYNAKÇA

- AHUJA NK. ve PARMAR Renu. (2011). "Demographics & Current Scenario with Respect to Dentists, Dental Institutions & Dental Practices in India", *Indian Journal of Dental Sciences*, 2(3), s. 8-11.
- ARENDS B., (2011). "Inward dental tourism", *British Dental Journal*, 211(12), s. 584.
- ASAI Rickland G., ve JONES Kenneth D. Jr. (2007). "Am I Obligated To Treat a Patient Whose Need For Emergency Care Stems From Dental Tourism?", *Journal of the American Dental Association*, 138(7), s. 1018-1019.
- BARROWMAN Rolland A., GRUDOR Dragan, ve CHANDU Arun. (2010). "Dental Implant Tourism", *Australian Dental Journal*, (55), s. 441-445.
- BULL Chris ve WEED Mike. (1999). "Niche Markets And Small Island Tourism: The Development Of Sports Tourism In Malta", *Managing Leisure*, 4(3), s. 142-155.
- CALVASINA Paola, MUNTANER Carles, ve QUINONEZ Carlos. (2015). "Transnational Dental Care Among Canadian Immigrants", *Community Dentistry and Oral Epidemiology*, 43(5), s. 444-451.
- CARMAGNOLA D., FILIPPUCCI L., CELESTINO S., CARASSI A., DELIA S. ve LODI, G. (2012). "Turismo Odontoiatrico: Esperienza Su Un Campione Di Pazienti Italiani", *Minerva Stomatologica*, (61), s. 11-20.
- CED, (2007). Responses to European Commission Consultation Regarding Community Action on Health Services, Council of European Dentists, Position Paper, January.
- CHEN Lin H., ve WILSON Mary E. (2013). "The Globalization Of Healthcare: Implications Of Medical Tourism For The Infectious Disease Clinician", *Clinical Infectious Diseases*, 57(12), s. 1752-1759.
- COHEN Lois K. (2012). "Dental Tourism: An Opportunity For Public Health. Interview With David Vequist and Irving Stackpole", *Compendium-the Compendium of Continuing Education in Dentistry*, 33(2), s. 90-92.
- CONNELL John. (2011). *Medical Tourism*, Bodmin: Cabi.
- CONTI Adelaide, DELBON Paola, LAFFRANCHI Laura, ve PAGANELLI Corrado. (2013). "What About The Dentist-Patient Relationship In Dental Tourism?", *Journal of medical ethics*, 40:3, s. 209-210.
- DEASY Rosalina, KIM Jong-Yeon ve HONG Seong-Ae. (2013). "A Comparative Study of Knowledge, Attitude, and Experience towards Dental Tourism between Indonesian and Korean People", *Journal of Convergence Information Technology*, 8(14), s. 459-467.
- DELOITTE., (2010). Evolving Medical Tourism in Canada: Exploring a New Frontier, Deloitte Center for Health Solutions, Toronto.
- ENACHE Elena, GABOR Manuela-Rozalia ve MOROZAN Cristian. (2013). "Considerations About Dental Tourism Development And Its Specific Marketing In Romania", *Management Strategies Journal*, (23), s. 420-426.

- FELTRACCO Paolo, GOUDINO Rosa Maria, BARBIERI Stefania, TIANO Letizia, IACOBONE Maurizio, VIEL Giovanni, TONETTI Tommaso, GALLIGIONI Helmut, BORTOLATO Andrea, ORI Carlo ve AVATO Francesco Maria. (2013). "The Perils of Dental Vacation: Possible Anaesthetic And Medicolegal Consequences", *Medicine, Science and the Law*, 53(1), s. 19-23.
- GEANGU Iuliana Petronela, CRETOIU Raluca ve GARDAN Daniel Adrian. (2011). "Particularities of Dental Medical Services and Consumers in the Context of Globalization", *Annals of Spiru Haret, Economic Series*, 2(11), s. 71-80.
- HANEFELD Johanna, LUNT Neil, SMITH Richard, ve HORSFALL Daniel. (2015). "Why Do Medical Tourists Travel To Where They Do? The Role Of Networks In Determining Medical Travel", *Social Science & Medicine*, (124), s. 356-363.
- JUNAID, Abdullah Bin, KHAN Mohammed Imran, MANSOORI Mohd Usman, ZAMEER Mohammad ve ALI Syed Jahangir. (2012). "To Identify Various Parameters Leading to the Growth of Dental Care Products in Indian Market". *Journal of Business and Management*, 4(3), s. 4-12.
- KAHVECI Ata. (2014). *Dış Ticaret Kapsamında Medikal Turizm ve Medikal Turizm Teşviklerinin Etkinliğinin İncelenmesi: Alanya Örneği*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Antalya: Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- KAÇMAZ Yaşar Yiğit. (2014). *Engelli Bireylerin Turizm Deneyimlerine Yönelik Bir Araştırma: Alanya Örneği*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Antalya: Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- KLINGENBERGER David, KIENCKE Peter, KOBERLIEN Juliane, LIEDMANN Ina ve RYCHLIK Reinhard. (2009). *Dentalismus und Auslandszahnersatz, Empirische Zahlungsbereitschaftsanalysen auf der Grundlage repräsentativer Stichproben im Jahre*. Deutscher Zahnärzte Verl, Köln.
- KOVACS Eszter, ve SZOCSKA Gabor. (2013). "'Vacation for your Teeth' Dental Tourists in Hungary from the Perspective of Hungarian Dentists", *British Dental Journal*, 215(8), s. 415-418.
- KOVACS Eszter, SZOCSKA Gabor, TÖRÖK Blanka, ve RAGANY Karoly. (2013). *Why Is Hungary The Main Destination Country In Dental Tourism? Why Do Patients Choose Hungary For Dental Care? Hungarian Case Study On Dental Care And Patient Flow*, ECAP Project, Health Services Management Training Centre-Semmelweis University.
- LEONG PAUL. (2008). *Offshore Outsourcing in the Dental Industry*. [http://next.eller.arizona.edu/courses/student\\_papers/Fall%2008%20ENTR-MGM%20489%20589/Final%20Papers/Paul%20Leong.pdf](http://next.eller.arizona.edu/courses/student_papers/Fall%2008%20ENTR-MGM%20489%20589/Final%20Papers/Paul%20Leong.pdf) (07.11.2015).
- LOUBEAU Patricia R. (2009). "The Globalization Of Dental Care: An Opportunity For Croatian Tourism", *Turizam: znanstveno-stručni časopis*, 57(2), s. 193-199.
- MACREADY Norra. (2007). "Developing Countries Court Medical Tourists", *The Lancet*, (369), s. 1849-1850.
- MARULC Elena. (2011). "The Impact of the Economic Crisis on the Motivation for Education in the Case of Dental Tourism". *Knowledge as Business Opportunity: Proceedings of the Management, Knowledge and Learning International Conference 2011*. International School for Social and Business Studies, Celje, Slovenia, s. 415-424.
- MICHALKO Gabor, TAMARA Ratz, ve MATYAS Hinek. (2012). "Spatial Differences In Hungarian Medical Tourism Supply Based On Service Providers' Online Presence". *Foldrajzi Ertesito/Hungarian Geographical Bulletin*, (61), s. 31-47.
- MILOSEVIC Alex. (2009). "Dental Tourism – a Global Issue?", *Journal of Esthetic and Restorative Dentistry*, 21(5), s. 289-291.
- NY DAILY NEWS (2012), 'Medical Tourism Skyrockets; Three Million Patients go Abroad for Medical Treatment Every Year', <http://www.nydailynews.com/life-style/health/medical-tourism-sets-pulses-racing-million-patients-medical-treatment-year-article-1.1081885> (31.12.2014).
- O'CONNELL Brian, ve O'SULLIVAN Michael. (2007). "Have Teeth Will Travel: Dental Tourism--Informing The Public", *Journal of the Irish Dental Association*, 53(4), s. 180-182.
- OECD, (2011). *Medical Tourism: Treatments, Markets and Health System Implications: A Scoping Review*, OECD Directorate for Employment, Labour and Social Affairs.
- ORTIZ Marcy. (2011). "Dental tourism", *RDH-Registered Dental Hygienist*, 31(12), s. 34-44.
- ÖSTERLE, August, BALAZS Peter, ve DELGADO J. (2009). "Travelling For Teeth: Characteristics And Perspectives of Dental Care Tourism In Hungary", *British Dental Journal*, 206(8), s. 425-428.
- POLLARD Keith. (2007). "The UK Market For Health Tourism", *World Health Tourism Congres*. Cyprus, March, 2007.
- PRADHAN Sojen, GAY Valerie ve NEPAL Surya. (2014). "Improving Dental Care Recommendation Systems Using Patient and Dentist Profiling", *25th Australasian Conference on Information Systems*.
- RAMACHANDRAN Mallika ve DESHPANDE Vijay. (2014). "Dental Tourism in India", *XVI National Seminar on Hospital & Healthcare Management, Medico Legal Systems & Clinical Research*, s. 12-15.
- RIORDAIN Richeal Ni, ve McCREADY C. (2009). "Dental Patients' Use Of The Internet", *British dental journal*, 207(12), s. 583-586.
- SAĞLIK BAKANLIĞI, (2013). "Türkiye Medikal Turizmi Değerlendirme Raporu 2013", T.C. Sağlık Bakanlığı Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü Sağlık Turizmi Daire Başkanlığı, 2013, [http://www.saglikturizmi.org.tr/yonetim/templates/addons/ckfinder/userfiles/TMTD\\_2013\\_raporu.pdf](http://www.saglikturizmi.org.tr/yonetim/templates/addons/ckfinder/userfiles/TMTD_2013_raporu.pdf) Erişim: 01.01.2014
- STANCIU Anca Cristina, CONDREA Elena ve CONSTANDACHE Mihaela. (2014). "Aspects Regarding The Development Of The Dental Tourism In Romania", *SEA-Practical Application of Science*, (2), s. 588-597.
- TEKİN Harun. (1996). *Eğitimde Ölçme ve Değerlendirme*, Ankara, Yargı Yayınları.
- TURNER Leigh. (2008). "Cross-Border Dental Care: 'Dental Tourism' And Patient Mobility", *British Dental Journal*, 204(10), s. 553-554.
- TURNER Leigh. (2009). "'Dental tourism': Issues Surrounding Cross-Border Travel For Dental Care", *Journal Canadian Dental Association*, 75(2), s. 117-119.
- TURNER, Leigh G., (2010). "Quality In Health Care And Globalization Of Health Services: Accreditation And Regulatory Oversight Of Medical Tourism Companies", *International Journal for Quality in Health Care*, 23(1), s. 1-7.