



Turizm Akademik Dergisi

Tourism Academic Journal

www.turizmakademik.com



Dental Turistlerin Destinasyon Ziyaret Motivasyonları ve Didim Örneği*

Eren GÖNÜL^{a**}, Onur İÇÖZ^b

^a Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Didim Meslek Yüksekokulu, Seyahat, Turizm ve Eğlence Hizmetleri Bölümü, AYDIN, Türkiye, E-posta: erengonul@gmail.com, ORCID: 0000-0003-4668-5490

^b Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Seyahat İşletmeciliği Bölümü, AYDIN, Türkiye, E-posta: onur.icoz@au.edu.tr, ORCID: 0000-0002-0775-1451

Öz

Tarih boyunca kişileri seyahat etmeye yönelten en önemli amaçlardan birisi de “sağlık” olmuştur ve bu amaçla yapılan seyahatlerin sayısı da süreç içerisinde her geçen gün artmıştır. Sağlık turizminin tedavi ve hekim müdahalesi gerektiren türü tıp turizmi ya da medikal turizm olarak tanımlanır. Turizm endüstrisindeki önemini zaman içinde daha da arttıran ve niş pazarlar içerisinde önemli bir yer tutan tıp turizminin özel bir alanı olan “dental turizm” de tüm dünyada önemli bir alt-medikal turistik ürün haline gelmiştir. Ülkemizin de özellikle gelişmiş batı ülkelerine göre tedavi fiyatları bakımından avantajlı olduğu bu turizm türünde pazar potansiyeli oldukça yüksektir. Bu çalışmanın temel amacı da, ilgili alan yazında henüz yeteri kadar değerlendirilmemiş olan dental turizmin Türkiye'deki durumunu incelemek ve bu amaçla Türkiye'ye gelen dental turistlerin seyahat motivasyonlarını Aydın'ın Didim ilçesi ölçeğinde değerlendirmektir. Bu hedefe dönük olarak, Didim'de yapılan araştırmada, bölgeyi ziyaret eden sağlık turistlerinin temel özellikleri ve bölgeyi tercih nedenleri incelenmiştir. Çalışmada bir nicel yöntem olan ve anket tekniğine dayalı alan araştırması (survey) yöntemi kullanılmıştır. Çalışmadaki faktör analizi sonuçlarına göre, içinde yer aldığı faktörü en yüksek değerde açıklayan; yeterli bilgilendirme, yorumlar, etkili iletişim ve tavsiye değişkenleri destinasyonun seçiminde birincil derecede önemli faktörler arasında yer almıştır.

Anahtar Kelimeler: Medikal Turizm, Dental Turizm, Motivasyon, Didim.

Abstract

Throughout the ages, “health” has been one of the most important travel motivations of individuals, and the number of travels with this purpose is continuing to increase nowadays as well. Medical or medico-tourism is a kind of health tourism that requires a physician treatment and external intervention. Likewise “dental tourism”, as a specific field of medical tourism, has an important place in niche markets and it increases its importance in tourism industry becoming a favorable sub-medical tourism product all around the world. Our country has also substantial potential for health tourism in terms of treatment prices in comparison to developed countries. The basic objective of this study is to examine the actual potential of dental tourism in Turkey, which has not been adequately studied in the related literature so far, and to study the motivations of dental tourists who have already visited Didim as a dental tourism destination. For this purpose, this study examines the main characteristics of the health tourists visiting the region and their basic travel motivations to the region. A survey as a quantitative method based on questionnaire technique was used for data collection. According to the major findings of factor analyses, sufficient information, comments about the services, effective communication and recommendations by former users have been determined as primary explanatory variables for destination preferences of dental visitors.

Keywords: Medical tourism, Dental Tourism, Motivations, Didim.

JEL CODE: L15, L83, Z30

Makalenin Geçmişi:

Gönderim Tarihi : 25.10.2019

Düzeltilme : 13.03.2020

Kabul : 28.04.2020

Makale Türü : Araştırma Makalesi

Gönül, E. & İçöz, O. (2020). İDental Turistlerin Destinasyon Ziyaret Motivasyonları ve Didim Örneği, Turizm Akademik Dergisi, 7 (1), 195-208.

* Eren Gönül'ün 2019 yılında Dr. Öğretim Üyesi Onur İçöz danışmanlığında, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği A.B.D. tarafından kabul edilen “Medikal Turizm Kapsamında Didim'e Gelen Dental Turistler Üzerine Bir Araştırma” isimli yüksek lisans tezinin gözden geçirilmesiyle hazırlanmıştır.

** Sorumlu yazar e-posta: erengonul@gmail.com

GİRİŞ

Son yıllarda yapısal olarak bir değişim sürecine girmiş olan turizm sektöründe, özellikle turist çeken ülkeler pastadan daha fazla pay alabilmek için turistik ürün çeşitlendirmesi yoluna gitmektedirler. Giderek büyük kitlesel yer değiştirmeler yerine daha fazla bireysel hareketlere odaklanmaya yönelen turizm endüstrisinde, niş turizm pazarları olarak adlandırılan *kültür turizmi*, *macera turizmi*, *sağlık turizmi* (Kaçmaz & Kahveci, 2016) gibi turizm türlerinin daha önemli duruma geldiği bir döneme girilmiştir. Sözü edilen turizm türleri içinde sağlık turizmi özellikle son yıllarda önemini daha da arttırmıştır (Aktepe, 2013).

Kişilerin sürekli yaşadıkları yerlerden sağlık amacıyla farklı yerlere seyahat etmeleri olarak tanımlanan *sağlık turizmi* (Barca ve ark., 2013; Adams vd., 2015; Cameron ve ark., 2014; Cherukara & Manalel, 2008), bazı araştırmacılara göre (Connell, 2006; Johnston ve ark., 2012; Aydın, 2012; Gen & Frederick, 2013) tıbbi, diş, genel cerrahi, ortopedi, kalp-damar cerrahisi, kanser tedavisi, tüp bebek, kilo verme gibi daha özel tedavileri kapsadığı için "*medikal turizm*" olarak adlandırılmalıdır.

Eğer bir ülke medikal turizm bakımından *karşılaştırmalı üstünlüğe* sahip ise, yani uluslararası alanda tıp hizmetleri diğer ülkelere göre daha uygun fiyatlara sunulabiliyorsa, bu ülkeler önemli bir pazar avantajına sahip olmakta ve medikal turist akımları genelde bu ülkelere dönük olmaktadır. Bu bakımdan son yıllarda bu konuda öne çıkan ülkeler; ABD, Meksika, Brezilya, Küba, Hindistan, Birleşik Arap Emirlikleri, Singapur, Malezya, Güney Afrika, Güney Kore, Tayland, Arjantin, Macaristan, Almanya, İtalya, Fransa, İspanya, Yunanistan, Polonya ve Türkiye olmuştur (Kaya ve ark., 2013).

Medikal turizm son yıllarda özellikle gelişmiş ülkelerdeki artan *tedavi maliyetlerinin* ve bu ülkelerdeki sağlık hizmetleri talebindeki yoğunluk sonucu her geçen yıl artan *uzun bekleme süreleri*, bu konudaki talebin bu ülkelerden koşulları özellikle maliyetler bakımından daha uygun olan diğer ülkelere yönelmesine yol açmıştır. Azalan tedavi maliyetlerinin yanı sıra, ülkeler arasında havayolu ulaşımı bakımından artan *uçuş sıklığı*, *internetin tüm ülkelerde daha fazla ve yaygın olarak kullanılması*, *hasta ile hastane arasında aracılık hizmetleri veren kuruluşların sayısının artması* ve bazı ülkelerin *sağlık sistemlerini geliştirip* bunu ileri teknoloji ile desteklemeleri sayesinde bu ülkelerin sağlık turizmi talebi hızlı bir gelişme göstermiştir (Connell, 2006). Bu gelişmelere bağlı olarak, son yıllarda önemli bir medikal turizm ülkesi haline gelen Türkiye'de 2012 ve 2013 yıllarına ait rakamların karşılaştırıldığı bir çalışmada, ülkeye gelen medikal turist sayısının bu dönemde % 68'lik bir artış göstererek 156.176'dan 262.000'e çıktığı görülmüştür (Otamış & Yüzbaşıoğlu, 2015). 2017 yılı

itibariyle de, İstanbul Uluslararası Sağlık ve Turizm Derneği (İSTUSAD) tarafından bu rakamın 700.000 kişiye ulaştığı belirtilmiştir (Hürriyet, 2019).

Medikal Turizm'in bir alt türü olarak kabul edilen ve her geçen yıl önemini daha fazla artıran (Österle ve ark., 2009; Kamath ve ark., 2015) "*Dental Turizm*" ya da Türkçe karşılığı ile "*Diş Tedavisi ve Estetiği Turizmi*", diş tedavisi amacıyla bir başka bölgeye ya da çoğunlukla bir başka ülkeye yapılan seyahatleri kapsamaktadır (Jaapar ve ark., 2017; Kamath ve ark., 2015; Enderwick & Nagar, 2010). Loubeau (2009) dental turizmi, "ülkelerin veya belli bölgelerin turistik çekiciliğe sahip unsurları ile birlikte diş tedavisi ve bakımı ile ilgili hizmetleri pazarlayıp alternatif bir turizm hareketi oluşturma çabası" olarak tanımlar.

Gelişmiş batı ülkelerinde diğer tıp ve sağlık hizmetleri gibi diş tedavileri de oldukça pahalıdır ve birçok ülkede sağlık sigortaları olsa da insanlar tedavi maliyetlerini karşılamakta zorlanmakta ve fiyatların daha uygun olduğu ülkelere yönelmektedir. Bu nedenle de tıp turizminde olduğu gibi diş tedavileri konusunda da bu hizmetleri uygun fiyatlara sunan ülkeler arasında önemli bir rekabet vardır. Dünya genelinde toplam dental turizm pazarında % 25'lik bir pay ile en fazla dental turisti çeken ülke *Meksika*'dır. Bu ülkeye en fazla turist, mesafe avantajı nedeni ile sınır komşusu olan ABD'den gelmektedir. Bu sıralamada ikinciliği *Hindistan* ve *Macaristan* birlikte paylaşmaktadır ve *Macaristan*'ı daha çok Avrupa ülkelerinden gelen hastalar, *Hindistan*'ı ise Asya ülkelerinden gelen hastalar tercih etmektedir (Kamath ve ark., 2015). Bu ülkelerin dışında, *Polonya*, *Romanya*, *Bulgaristan*, *Hırvatistan*, *Kosta Rica*, *Tayland*, *Malezya*, *Singapur* ve *Türkiye* dental turizmde öne çıkan diğer uluslararası destinasyonlardır (Jaapar ve ark., 2017). Ülkemiz de sağlık alanında 2008 yılından itibaren yapılan iyileştirmeler ve düzenlemeler sayesinde diş tedavileri ve diş operasyonları kapsamında tercih edilen önemli ülkeler arasında yer almıştır. Türkiye, dental tedavi alanında dünya standartlarında sunmuş olduğu kalite düzeyi, kısa bekleme süreleri, kısa sürede tedavi olabilmeye olanakları, kişiye özel sunulan hizmet nedeni ile tercih nedeni olmaktadır (Dentaluna, 2019).

Dünya genelinde bir çok ülkenin diş tedavilerini sigorta kapsamı dışında bırakması nedeniyle (Kovacs & Szocska, 2013), özellikle *implant*, *köprü*, *dolgu* gibi diş tedavilerinin ücretlerinin tamamının hastalar tarafından ödenmek zorunda olunması (Deasy ve ark., 2014), gelişmiş ülkelerdeki tedavi fiyatlarının/maliyetlerinin artması ve uzun bekleme süreleri (Enderwick & Nagar, 2010) kişilerin başka ülkelere dental tedaviler için seyahat etmesine ve bu sayede uluslararası dental turizmin her geçen yıl daha fazla gelişmesine neden olmaktadır.

Dental turizmin dünya genelindeki hareketliliği Türkiye'yi de etkilemiş ve özellikle özel ağız ve diş sağlığı merkezleri ile diş hastanelerinin ve tedavi merkezlerinin sayısının artması, yabancı sigorta firmaları ile yapılan anlaşmalar, yetişmiş insan gücü, sunulan yüksek teknolojik tedavi olanakları, uygun fiyatlar ve coğrafi konumu dental turizmin Türkiye'deki gelişimini hızlandıran önemli faktörler olarak belirlenmiştir (Özsarı & Karatana, 2013). Dental turizm kapsamında başlıca seyahat amaçlarının *estetik dolgu, diş beyazlatma, implant, ortodonti, estetik lamina, dental spa, gülüş estetiği ve protez alanlarında olduğu uzmanlar tarafından belirlenmiştir* (Medimagazin, 2019). Genelde özel sağlık kuruluşları tarafından yürütülen dental turizm hizmetleri *havaalanından transfer, konaklama ve tedavi hizmetleri*ni içeren bir ürün paketi şeklinde sunulmaktadır.

Bu çalışmada da öncelikle medikal turizm kavramı incelenmiş, daha özeldi ise dental turizmin dünyada ve Türkiye'deki durumu, gelişimini etkileyen faktörler ve dental turistlerin tedavi amacıyla farklı ülkelere seyahat etme nedenleri incelenerek Didim'e gelen dental turistlerin motivasyonları araştırılmıştır.

LİTERATÜR VE KONUYA İLİŞKİN ÇALIŞMALAR

Medikal Turizm

Medikal turizm, turizm literatüründe daha sık kullanılmaya başlansa da, aslında çok yeni bir kavram değildir. Geçmiş yıllarda, gelişmekte olan ya da yoksul ülkelerdeki yüksek gelir sahibi bireylerin, sağlık hizmetlerinde daha ileride olan gelişmiş ülkelere seyahat etmeleri olarak bilinen bu turizm türü (Otamış & Yüzbaşıoğlu, 2015), günümüzde ülke içi ya da ülke dışına yapılan seyahatlerin tümü dahil olmak üzere *"kişilerin sürekli yaşadıkları yerden, daha önceden planlanmış bir tedavi ve aynı zamanda tedavileri süresince boş zamanlarını farklı turistik aktivitelerle geçirmek için ayrılmaları"* olarak tanımlanmaktadır (Bolton & Skountridaki, 2017; Cameron ve ark., 2014). Tedavi amaçlı seyahatler önceki yıllarda ekonomik, uzmanlık ve teknik yetersizlikler nedeni ile gelişmiş ülkelere dönük iken, günümüzde küreselleşmenin de etkisi ile aynı hizmetlerin daha düşük maliyetle verildiği gelişmekte olan ülkelere doğru tersine yön değiştirmiştir. Medikal turizm amaçlı ziyaret edilen ülkelerde çoğunlukla *kozmetik tedaviler, diş tedavileri, kalp-damar tedavileri ve çeşitli transplantasyon (diz ve kalça gibi) tedavileri* yaptırılmakta olup, bunların yanı sıra tedavi için kalınan süre içindeki boş zamanlarda da *kültürel geziler, alış-veriş, yeme-içme* gibi diğer turistik ürünlerden yararlanılmaktadır (Cherukara & Manalel, 2008). Bu yüzden medikal turizmde amaç, sadece tedavi olmak değil aynı zamanda gidilen destinasyonda çeşitli turistik aktivitelere de katılmaktır (Aktepe, 2013).

Son 30 yılda *sağlık turizmi* (Aktepe, 2013) ve buna bağlı diğer alt tanımlara (*medikal turizm, termal turizm vb.*) yönelik çok sayıda çalışma yapılmıştır. Bu çalışmalar kapsamında uluslararası literatürde, *medikal turizm kavramının açıklanması* (Hanefeld ve ark., 2014), *medikal turizmin gelişmesini etkileyen faktörlerin belirlenmesi* (Connell, 2005; Cook, 2008; Heung ve ark., 2010), *medikal turistlerin profil ve motivasyonlarının belirlenmesi* (Adams ve ark., 2015; Cameron ve ark., 2014; Gan & Frederick, 2013), *medikal turizm kapsamında sunulan hizmetlerin kalitesinin ölçülmesi* (Alleman ve ark., 2010; Guiry & Vequist, 2011), *medikal turizmin sosyo-ekonomik boyutunun ölçülmesi* (Bolton & Skountridaki, 2017), *medikal turizm ve sürdürülebilirlik* (Bristow ve ark., 2011), *medikal turizm ürünlerinin pazarlanması* (Crooks ve ark., 2011), *medikal turistlerin deneyimlerinin belirlenmesi* (Eissler & Casken, 2012) ve *medikal turizmde avantaj ve dezavantajların belirlenmesi* (Freire, 2012) gibi amaçlara dönük çalışmalar yer almıştır.

Küresel anlamda medikal turizm tüm dünyada hızlı bir biçimde gelişse de, *"medikal turizm"* kavramı içinde hangi alt tedavi türlerinin yer aldığına ilişkin bir tanımlamanın tam anlamıyla yapılamamış olmasından dolayı, bu turizm türündeki katılımcıların toplam sayısını belirlemek oldukça zordur (Johnston ve ark., 2012). Bununla birlikte, medikal turizmin günümüzde çok önemli bir seyahat türü olduğu ve ekonomik anlamda hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkeler için önemli bir faaliyet alanı olduğu konusunda uzmanlar arasında bir fikir birliği vardır (Cook, 2008). Dünya genelinde tıp alanındaki teknolojilerin gelişmesi ile birlikte, nitelikli sağlık hizmeti sunan ülke sayısının da hızla artarak medikal turistler için yeni seçenekler oluşturması sonucunda günümüzde uluslararası piyasada 30'dan fazla ülkenin medikal turist çekmekte olduğu belirlenmiştir (Eissler & Casken, 2012). Bu hızlı büyüme trendine paralel olarak, toplam medikal turist sayısı tam olarak bilinemesi de, dünya medikal turizm pazarının parasal büyüklüğünün (Cameron ve ark., 2014), 2010 yılında 78,5 milyar dolar iken (Can ve ark., 2014), 2012 yılına gelindiğinde ise yaklaşık 20 milyon turist (Freire, 2012) ile 100 milyar dolarlık bir gelir/harcama hacmini geçmiş olduğu belirtilmiştir (Evans, 2008; Labonte, 2013). Bu rakam da tüm dünya turizm harcamalarının % 10'una yakın bir oranı ifade etmektedir.

"Nispeten yüksek gelir düzeyine sahip olan ve çoğu kez rahatsızlıklarının tedavisi için çoğunlukla kendi yaşadıkları ülkelere göre daha az gelişmiş ancak uzman doktor ve sağlık kurumlarının verdiği ve hizmet kalitesi kanıtlanmış ülkelere seyahat eden kişiler" olarak nitelenen medikal turistleri (Alleman ve ark., 2011) motive eden ya da belirli destinasyonlara seyahate yönlendiren faktörler önemli bir tartışma konusu olmasının yanı sıra, özellikle bu kişilerin kendi ülkelerinde aldıkları

yetersiz sağlık hizmetleri (Adams ve ark., 2015), benzer süreçlerle karşılaştırıldığında hedeflenen ülkenin/bölgenin hastaya/ziyaretçiye % 40 - % 90 arasında bir maliyet avantajı sunması (Eissler & Casken, 2012) ve gelişmiş ülkelerde yapılan/yapılacak olan tedaviler için katlanmak zorunda olunan oldukça uzun bekleme süreleri (Alleman ve ark., 2011) bu motivasyonlar arasında en fazla bilinen ve çoğunlukla ilk sıralarda yer alan destinasyon tercih nedenleri olmuştur.

Dental (Diş Tedavisi) Turizmi

Teknolojinin gelişmesine paralel olarak, büyük bir değişim ve gelişim sürecine giren ve her türlü diş (dental) tedavisinin daha uygun fiyatlarla yapılmasından dolayı insanlar farklı seçenekleri değerlendirmeye başlamışlardır. Günümüzde, diş rahatsızlığı çeken (dental) hastaların ya da diş estetiği yaptırmak isteyenlerin fiyat avantajından yararlanmak, kaliteli bir tedavi almak ve tedavi dışında tatil yapmak amacıyla farklı ülkelere seyahat etmesi ile oluşan turizme de "dental turizm" adı verilmektedir (Deasy ve ark., 2014; Enderwick & Nagar, 2010). Guiry & Vequist (2011) yaptıkları çalışmada medikal turizm kapsamındaki ziyaretçiler arasında en fazla paya sahip olan grubu diş tedavileri için başka ülkelere seyahat edenlerin oluşturduğunu belirlemişlerdir.

Dental turizmde, 1997 yılına kadar A.B.D. ve Batı Avrupa ülkeleri ile Asya'da Singapur önemli merkezler olarak görülmekte iken, 2000'li yıllardan itibaren Asya kıtasında Tayland ve Hindistan ile Avrupada Macaristan, Bulgaristan, Çekya (Çek Cumhuriyeti), Polonya (Loubeau, 2009), İspanya ve Türkiye (Kamath ve ark., 2015) ucuz sağlık hizmetleri sunarak daha popüler hale gelmişlerdir.

Dental turizmin gelişmesine etki eden faktörler, genel anlamda medikal turizmin gelişimini etkileyenler ile benzerlik göstermektedir (Hall, 2011). Bu faktörler arasında fiyat-kalite dengesi (Österle ve ark., 2009), dental turizm firmalarının (seyahat acentaları, aracı kuruluşlar vb.) dental tedavi ile birlikte konaklama, ulaşım, çevre gezileri gibi hizmetlerin tamamını her şey dahil bir paket seyahat olarak hazırlayıp özellikle interneti kullanarak hızlı bir şekilde pazarlamasının yapılması (Turner, 2008; Gheorghe ve ark., 2017), dental turistler için tedavi sürelerinin iyice kısalmış olmasından dolayı farklı turistik aktivitelere katılım için tedavi dışındaki boş zamanlarının artmış olması (Loubeau, 2009) yer almaktadır.

Dental turizmin gelişmesi için önemli bir katkı sağlayan bütün bu olumlu gelişmelere karşın, bu turizmin gelişimini olumsuz anlamda etkileyen bazı faktörler de söz konusudur. Gheorghe ve ark.'nın 2017 yılında yapmış oldukları bir çalışmaya göre; dil sorunu, yasal bir takım engeller, rekabet piyasasının doğurduğu ve turistlerin güvenini sarsacak yaklaşımlar ile potansiyel has-

staların başka ülkelere gitmesini engellemek için tedavi fiyatlarının düşürülmesi dental turizmin gelişmesini olumsuz yönde etkileyen en önemli faktörler olarak kabul edilmektedir.

Dental Turistlerin Destinasyon Tercih Motivasyonları

Dental turistlerin kuşkusuz en temel seyahat nedeni diş tedavisidir ve bu faktör bir içsel (internal) ve iten (push) faktör olarak kabul edilir. Özellikle gelişmiş batı ülkelerinde diş tedavilerinin yüksek maliyeti nedeniyle bu ülkelerde yaşayan ve diş rahatsızlığı olan vatandaşları aynı türde ve kalitedeki tedavilerin daha düşük maliyetle yapıldığı ülkelere yönelmektedir. Dental ziyaretçilerin tedavi amacıyla ülke dışına çıkmalarına neden olan diğer dışsal (external) ve çeken (pull) faktörleri araştırmaya dönük olarak yapılan çalışmalarda; çoğu ülkede sağlık sigortalarının diş tedavilerini kapsamaması, istenilen tedavilerin tam olarak yapılamaması (Kovacs & Szocska, 2013), yaşadıkları ülkelerdeki dental tedavi fiyatlarının yüksek olması (Gheorghe ve ark., 2017; Milosevic, 2009), tedavi için gidilen ülkelerin kültürel yakınlığı, kaliteli tedavi olanakları, tedaviler ile ilgili doyurucu bilgi alınabilmesi (Jaapar ve ark., 2017), tedavi için gidilen ülkelerde uluslararası geçerliliği olan akreditasyon belgelerine sahip sağlık kuruluşlarının bulunması ile (Labonte, 2013), dental turist gönderen ve kabul eden ülkeler arasındaki ticari anlaşmalar sonucunda turistlere sağlanan kolaylıkların (Lunt, 2015) dental turistlerin kararlarını etkileyen başlıca çekim (pull) faktörleri olduğu belirlenmiştir.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu araştırma kategori olarak değişkenler arasındaki ilişkileri açıklayıcı (explanatory) bir yaklaşım ile ve nicel (sayısal) bir araştırma yöntemi olan Alan Araştırması (Survey) olarak tasarlanmıştır. Çalışmada, araştırmanın hedef kitlesi olan ve bir dental turizm destinasyonu olan Didim'i ziyaret eden "Dental Turistler" ile ilgili olarak veri toplamak için anket tekniği kullanılmıştır. Didim'e gelen dental turistlerin toplam sayısına ulaşmak için Aydın Diş Hekimleri Odası ile temasa geçilmiş, ancak ilgili odanın elinde böyle bir veri olmadığı belirlenmiştir. Bu nedenle gerekli verilerin elde edilebilmesi için Didim'de faaliyet gösteren özel ağız ve diş sağlığı poliklinikleri ile muayenehanelere başvurulmuştur. Söz konusu sağlık kuruluşları toplam hasta sayılarını verememişlerdir. Örneklem için gerekli olan tam sayı belirlenememiş olmakla birlikte, bölgeye gelen sezonluk dental ziyaretçi sayısının 500 civarında olduğu tahmin edilmektedir. Bu nedenle de, çalışmada örnekleme yöntemi olarak "basit rastgele örnekleme (simple random sampling)" kullanılmıştır ve dental hizmet alan yaklaşık 250 turiste e-posta ile ulaşılmış olup, bunların 206'sından tam geri dönüş alınmıştır. Çalış-

madaki bu örneklem sayısı da % 95 güven aralığında 0,05 hata payı ile geçerli kabul edilmiştir (Özdamar, 2003). Araştırma sadece Didim destinasyonuna gelen ziyaretçileri kapsamaktadır. Bu nedenle de çalışma tüm dental ziyaretçilere genelleştirilebilecek bir sonuç üretmeyi amaçlamamaktadır.

Dental turistlerin motivasyonlarını belirlemek için veri toplanması amacıyla kullanılacak anket formu konusunda, *Jaapar* ve arkadaşlarının 2017 yılında *Malezya*'da dental turistlerin motivasyonlarını ölçme amaçlı yapmış oldukları araştırmada kullandıkları ölçekten yararlanılmıştır. Anket, yurt dışından gelen dental turistlere dönük olarak tasarlandığı için İngilizce olarak hazırlanmıştır ve iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde dental turistlerin *milliyet, yaş, cinsiyet, eğitim* ve *meslek* gibi demografik özellikleri yer almış, ikinci bölümde ise, yanıtlayanların önermelere katılım düzeyini gösteren *beşli likert tipi ölçek* kullanılarak toplam 26 soru ile dental turistlerin yabancı bir ülkeye dental tedavi amacıyla seyahat etmelerine neden olan (*dışsal*) *motivasyonel faktörler* ölçülmeye çalışılmıştır.

Verilerin sahadan en uygun şekilde toplanabilmesi için Didim'de faaliyet gösteren kliniklerle görüşüldükten sonra, anket formları önce ilgili kliniklere doğrudan ve/veya elektronik ortamda gönderilmiş, daha sonra da formlar klinik çalışanları tarafından iletişim bilgileri kayıt altına alınmış olan müşterilerine gönderilmiştir. Böylece daha kısa sürede daha fazla sayıda anketin geri dönüşünün sağlanması amaçlanmıştır. Araştırmada elde edilen nicel veriler de istatistik paket programı (SPSS) analiz edilmiştir.

Araştırmanın Amacı

Bu çalışmada klasik bir deniz amaçlı tatil ve dinlenme destinasyonu olmasının yanı sıra, son yıllarda dental tedavi hizmetlerinin alt ve üst yapısına yapılan yatırımlarla ve bu konuda verilen hizmetlerle bir dental turizm destinasyonu olarak da ön plana çıkmaya başlayan Didim'e gelen dental ziyaretçilerin öncelikle demografik profillerini belirlemek ve daha sonra da bu ziyaretçilerin bir destinasyon olarak Didim tercihleri için başlıca dışsal motivasyonların neler olduğunu belirlemektir.

Araştırmanın Kısıtları (Sınırlamaları)

Dental turizm literatüründe yeterli sayıda çalışmanın olmaması çalışmanın başlıca kısıtı ve sınırlaması olmuştur. Konuya ilişkin istatistiksel verilerin çok düzensiz tutulması ya da hiç tutulmamış olması ile konuyu araştıran çeşitli araştırma firmalarının elde etmiş olduğu sonuçların çok yüksek fiyatlarla erişime açmaları diğer önemli bir kısıt olmuştur. Ek olarak, araştırma sadece Aydın'ın Didim ilçesinde yapılmış olmasından dolayı da sınırlı bir coğrafi bölgeyi kapsamaktadır. Bu da dental turizm pazarı ile ilgili genel yargılara ulaş-

mak için yeterli bilgiyi verememektedir. Konuya ilişkin bir diğer önemli kısıt ise, çalışmanın evreninde verilerin toplanacağı mekânlar olarak yer alan ağız ve diş poliklinikleri ile muayenehanelerin araştırmaya katılmak istememeleridir. Araştırmaya katılan sınırlı sayıda merkezin de hastalara ilişkin bilgilerin ticari sır olarak kalmasını istemelerinden dolayı hasta sayılarını vermemeleri ana kitlenin ve araştırma örnekleminin tam olarak belirlenememesine neden olmuştur.

ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Ziyaretçi Profili (*Demografik Profil*)

Anket sorularını tam olarak yanıtlayan 206 katılımcının demografik özellikleri Tablo 1'de yer almaktadır. Tabloda dikkat çeken bulgular, ağırlıklı yaş dağılımının 43 ve üzeri yaşta katılımcılardan oluşması, katılımcıların *eğitim düzeyinin yüksekliği, eş, aile ve arkadaşla seyahatin* ağırlıklı olması ve en fazla katılımcının *Birleşik Krallık*'tan geliyor olması şeklinde belirlenmiştir. Araştırmada *gelir dağılımı* ve *meslek* konusundaki sorulara sağlıklı yanıt alınmadığı için tabloda yer verilmemiştir.

Tablo 1: Demografik Profil

Değişken	Frekans	% Dağılım
Cinsiyet	Kadın	101 49.3
	Erkek	104 50.7
Yaş	21'den küçük	2 1.0
	21-31	28 13.6
	32-42	51 24.8
	43-53	68 33.0
	53 üstü	57 27.7
	İlköğretim	8 3.9
Eğitim	Lise	57 27.7
	Önlisans	88 42.7
	Lisans	49 23.8
	Lisansüstü	4 1.9
Seyahat	Yalnız	12 5.8
	Sadece eşi ile	62 30.1
	Sadece çocuklarıyla	6 2.9
	Aile/Akrabalarla	77 37.4
	Arkadaşlarla	48 23.3
	Diğer	1 0.5
Milliyet	Almanya	12 5.8
	Belçika	4 1.9
	Birleşik Krallık	142 68.9
	Bulgaristan	5 2.4
	Fransa	1 0.5
	Hollanda	8 3.9
	Norveç	4 1.9
	Polonya	6 2.9
	Rusya	15 7.3
	Diğer	9 4.4
Toplam Denek Sayısı	206	100.0

Değişkenler (*Motivasyonlar*) ve Faktör Analizi

Katılımcıların dental turizm için Didim'i tercih nedenleri 17 soruyla açıklanmaya çalışılmıştır. Söz konusu 17 adet soru kendi aralarında ziyaretçi kararları üzerinde etkili olan temel faktörler (*motivasyonlar*) olarak gruplandırılmıştır (Tablo 7). Yararlanılan bu ölçeğin çalışmada kullanımına uygun olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan güvenilirlik ve faktör analizleri aşağıdaki gibidir.

Güvenilirlik Analizi

Ölçekte yer alan sorular ile ilgili olarak yapılan *Toplam Veri İstatistiği* tablosunun *Cronbach's Alfa* etkisi sütunundaki değerler, ölçeği oluşturan soruların herhangi birinin çıkarılmasının güvenilirliği yükseltmediği göstermektedir. Buna göre, 17 maddenin ölçülmesi istenen olguyu ($\alpha = 0.844 > 0.70$) başarıyla ölçtüğü anlaşılmaktadır.

Tablo 2: Teknik Konfor Toplam Veri İstatistiği

Faktörler	Ölçek Ortalamasına Etkisi	Ölçek Varyansına Etkisi	Maddeler Toplam Kolerasyonu	Karelerin Çoklu Korelasyonu	Cronbach Alfa Etkisi
Tavsiye	69.049	42.690	0.260	0.332	0.840
İletişim	69.359	41.675	0.477	0.492	0.831
Bilgi	69.417	42.049	0.371	0.441	0.835
Yorum	69.374	41.289	0.439	0.490	0.832
Kalite	69.150	41.446	0.419	0.526	0.833
Teknoloji	69.170	41.000	0.476	0.521	0.830
Sertifika	69.175	39.784	0.564	0.492	0.825
Deneyim	69.044	41.583	0.460	0.338	0.831
Uzmanlık	69.218	40.494	0.462	0.354	0.830
Kişisel	69.034	41.516	0.435	0.370	0.832
Ödeme	69.112	40.148	0.514	0.423	0.828
Lokasyon	69.102	40.102	0.524	0.466	0.827
Fiyat	68.845	42.151	0.428	0.368	0.833
Turizm	69.233	41.145	0.360	0.406	0.836
Aile	69.354	38.347	0.527	0.533	0.827
Dil	69.243	40.848	0.373	0.462	0.836
Ulaşım	69.432	37.398	0.528	0.482	0.828

Faktör Analizi

Katılımcıların destinasyon tercih nedenlerini belirlemek üzere kullanılan ölçeğin faktör analizine uygunluğunu kontrol etmek amacıyla KMO değerinden ve *Bartlett* testinden yararlanılmıştır. KMO değeri 0.77 olduğundan (>0.6) örneklem büyüklüğünün yeterli olduğu ve *Bartlett's* testi *Ki-Kare* değeri 1185,463 ve serbestlik derecesi 136 olup anlamlı ($p=0.00$, $p<0.05$) olarak bulunduğu ve faktörlerin ortak varyans değerleri incelendiğinde, tüm faktörlerin yükünün 0.40'ın üstünde olduğundan, ölçeğin faktör analizi uygulamak için uygun olduğu görülmüştür.

Tablo 3: Teknik Konfor KMO ve Bartlett's

Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Yeterliliği	0,771	
	Yaklaşık Ki-Kare	1185.463
Bartlett's Küresellik Testi	Serbestlik Derecesi	136
	Sig.	0,000

Tablo 4'te her bir değişkenin *ortak varyansı* gösterilmektedir. Ölçeği oluşturan tüm değişkenlerin ortak yükleri 0.40'tan büyük olup; değişkenlerin, homojen dağıldığı ve faktör analizi için uygun olduğu görülmektedir.

Tablo 4: Ortak Yükler / Dışsal Motivasyonel Faktörler

Faktörler	Ortak Faktör Yükleri
Uzman Sayısı - Tek bir diş kliniğinde çeşitli diş hekimliği hizmetlerinin bulunması	0.78
Ödeme Kolaylığı - Sigorta / banka / kredi kartı ile ödeme kolaylığı	0.77
Lokasyon - Diş kliniğinin uygun konumu	0.72
Uygun Fiyat - Fiyat Avantajı Sunulması	0.73
Turizm - Diğer turistik yerleri ziyaret etme fırsatı	0.69
Aile - Aile / akrabalar / arkadaşlar burada yaşamaları/bulunması	0.58
Dil - Alışık olduğum dili kullanarak iletişim kurmak	0.46
Ulaşım - Uygun ulaşım hizmeti	0.47
Kalite - Yüksek kalite/standartta diş bakımı	0.40
Teknoloji - Diş bakımı için yüksek teknolojinin kullanılması	0.56
Sertifika - Sertifikasyon / akreditasyona sahip diş kliniği	0.58
Deneyim - Nitelikli ve yetkin diş hekimleri	0.64
Kişiselleştirme - Kişiselleştirilmiş hizmet	0.58
Bilgilendirme - Diş hekimliği hizmetleri sunan diş klinikleri hakkında bilgi	0.63
Yorum - İnternet / medyada paylaşılan olumlu yorumlar	0.74
Tavsiye - Akraba / arkadaşlardan tavsiye	0.77
İletişim - İnternet / telefon yoluyla uygun iletişim	0.67

Toplam açıklanan varyansa bakıldığında, 17 adet değişken özdeğeri 1'den büyük 5 ana faktörle toplam varyansı % 63.2 oranında açıklamaktadır. Buna göre, en yüksek değerlere sahip olan değişkenler olarak, *Tavsiye, İletişim Kolaylıkları, Bilgi Kaynakları, Başkalarının Yorumları ve Hizmet kalitesi* belirlenmiştir.

Aynı faktördeki değişkenler grup olarak değerlendirildiğinde benzer algıları ölçen değişkenlerin aynı faktör içinde bulunduğu söylenebilir (Tablo 6). Buna göre;

Faktör 1) Hizmet Kolaylığı ve Çeşitliliği; diş sağlığı hizmetine kolay ulaşılmasını ölçen *Uzman Sayısı, Ödeme Kolaylığı, Lokasyon, Uygun Fiyat* değişkenlerini,

Faktör 2) Bireysel Nedenler; kişisel tercihleri etkileyen *Turizm, Aile, Dil, Ulaşım* değişkenlerini,

Faktör 3) Hizmet Kalitesi; hizmetin kalitesini ve yeterliliğini ölçen *Kalite, Teknoloji, Sertifika, Deneyim, Kişiselleştirme* değişkenlerini,

Tablo 5: Teknik Konfor Açıklanan Toplam Varyans

Değişkenler	Başlangıç Özdeğerleri			Kare Yüklerinin Çıkarım Toplamları		
	Toplam	Varyans %	Kümülatif %	Toplam	Varyans %	Kümülatif %
Tavsiye	4.951	29.122	29.122	2.570	15.118	15.118
İletişim	1.972	11.6	40.722	2.477	14.571	29.690
Bilgi	1.459	8.583	49.305	2.279	13.405	43.095
Yorum	1.242	7.308	56.613	1.829	10.760	53.855
Kalite	1.134	6.673	63.286	1.603	9.432	63.286
Teknoloji	0.979	5.761	69.047			
Sertifika	0.887	5.220	74.267			
Deneyim	0.686	4.035	78.302			
Uzman	0.645	3.796	82.098			
Kişisel	0.544	3.202	85.300			
Ödeme	0.504	2.966	88.266			
Lokasyon	0.434	2.556	90.822			
Fiyat	0.385	2.263	93.085			
Turizm	0.335	1.970	95.054			
Aile	0.319	1.878	96.932			
Dil	0.287	1.690	98.622			
Ulaşım	0.234	1.378	100.000			

Faktör 4) İkinci Düzey Bilgi; üçüncü taraflardan elde edilen bilgileri ölçen Bilgilendirme, Yorum değişkenlerini,

Faktör 5) Birinci Düzey Bilgi; yakın çevre ve firmanın kendisinden elde edilen bilgileri ölçen Tavsiye, İletişim değişkenlerini içermektedir.

Araştırmada yer alan parametrelere (*değişkenlere*) uygulanmış olan *normallik ve homojenlik* testi ile sonucu çarpıtacak aykırı değerler araştırılmıştır. İstatistiksel açıdan aykırı değerler barındıran 1 adet görüşme formu tespit edilmiş olup bundan sonraki çalışmalar 205 anket formu üzerinden değerlendirilmiştir. Testler

Tablo 6: Faktör Deseni

Değişkenler	Döndürülmüş Faktör Yükleri (Varimax)				
	Faktör 1	Faktör 2	Faktör 3	Faktör 4	Faktör 5
Uzman Sayısı	0.541	0.147	0.260	0.140	0.010
Ödeme Kolaylığı	0.713	0.161	0.166	0.126	-0.018
Lokasyon	0.742	0.253	0.072	0.122	-0.045
Uygun Fiyat	0.708	-0.014	0.093	0.013	0.258
Turizm	0.363	0.575	-0.333	0.230	0.045
Aile	0.230	0.802	-0.036	0.084	0.178
Dil	-0.049	0.800	0.307	-0.168	-0.055
Ulaşım	0.162	0.771	0.189	0.113	0.004
Kalite	0.065	0.006	0.730	0.387	-0.016
Teknoloji	0.136	0.150	0.703	0.158	0.123
Sertifika	0.282	0.278	0.430	0.253	0.235
Deneyim	0.317	0.079	0.571	0.017	0.202
Kişiselleştirme	0.506	0.000	0.526	-0.112	0.126
Bilgilendirme	0.069	0.049	0.097	0.809	0.230
Yorum	0.175	0.049	0.245	0.798	0.013
Tavsiye	0.071	-0.042	0.167	0.002	0.864
İletişim	0.076	0.209	0.122	0.366	0.755

Tablo 6'da ölçeği oluşturan 17 değişkenin 5 ana faktöre dağılımı gösterilmiştir. Değişkenleri ait olduğu faktörde yüksek yük değerlerine sahip olduğu görülmektedir. Ayrıca değişkenlerin diğer faktörlerdeki yüklerinin ait oldukları faktördeki yüklerinden düşük olup, faktörlerin bitişiklik göstermediği anlaşılmıştır (Fark > 0.1). Tabloda yer alan değerlere göre içinde yer aldığı faktörü en yüksek değerde açıklayan değişkenler olarak, *Bilgilendirme, yorumlar, iletişim ve tavsiye* (Faktör 4 ve Faktör 5); *hizmet kalitesi ve teknoloji* (Faktör 3); *Aile, Dil ve Ulaşım* (Faktör 2) ve *Bölge Uygunluğu (Lokasyon) ve Fiyat/Ödeme Kolaylığı* (Faktör 1) değişkenleri belirlenmiştir. Dolayısıyla ziyaretçi motivasyonları olarak da bu faktörlerin diğerlerinin oldukça üzerinde bir etkiye sahip olduğu söylenebilir. *Tavsiye ve bilgilendirme* değişkenlerinin Tablo 5'te yer alan ve toplam varyansın % 60'ını açıklayan değerler içinde de yüksek değerlerle yer almış olması bu değişkenlerin ziyaretçi kararları üzerindeki etki ve ağırlığını göstermektedir. Araştırmanın belki de en dikkat çeken tarafı ziyaretçilerin *turizm* konusunda bölgeden beklentilerinin belirleyici bir konumda olmamasıdır. Bu değişkenin, içinde yer almış olduğu faktörde bile önemli bir ağırlık taşımadığı gözlenmiştir.

sonucunda; çarpıklık ve basıklık değerleri - 2,0 ile +2,0 arasında olan faktörler için parametrik, diğerleri için parametrik olmayan testler kullanılmıştır.

Tablo 7: Normallik Test Sonuçları

	Çarpıklık	Basıklık
Faktör - 1	-1.070	1.547
Faktör - 2	-0.636	-0.484
Faktör - 3	-0.299	-0.758
Faktör - 4	-0.249	-0.184
Faktör - 5	-1.577	7.646
Tüm Ölçek	-0.115	-0.392

DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Bir dental turizm destinasyonu olarak Didim'i ziyaret eden ya da bu bölgeye dış tedavisi/estetik amaçlı gelen ziyaretçilerin genel profilini belirlemeyi ve bu ziyaretçileri bölgeyi tercih etme nedenleri ve motivasyonlarını irdelemeyi amaçlayan bu çalışmadan elde edilen bulgulara göre, ziyaretçilerin *demografik özellikleri* bakımından Avrupalı ve önemli bir yüzde ile de *Büyük Britanya*'dan gelen ziyaretçileri ön plana çıkarmıştır. Kaçmaz & Kahveci (2016) tarafından Alanya

destinasyonu için yapılan benzer çalışmada tamamen farklı ülkeler kompozisyonu belirlenmiştir (ağırlıklı olarak İskandinavya). Bu durumun en önemli nedeni ise, Didim'in İngilizler ya da *Britanya* adalarındaki ülke vatandaşları (*İngiltere, İskoçya, Kuzey İrlanda, Galler*) tarafından çok iyi tanınması ve bölgede yıl boyu yaşanan çok sayıda Britanya kökenli bölge sakinlerinin de bulunmasıdır. Bu nedenle motivasyonel faktörler bakımından da bu bölge sakinlerinin de katkısının olduğu *tavsiye ve öneri* değişkenlerinin ziyaretçi kararlarında önemli rol oynadığı belirlenmiştir. Yine bulgulara göre; hem kadın hem de erkek katılımcılar için destinasyonda sunulan *hizmetin kalitesi*, tedavi merkezlerinin buldukları *konum* ile hekimlerin *deneyiminin* destinasyonun seçiminde önemli değişkenler arasında yer almaktadır.

Çalışmaya katılanların önemli bir bölümünün 40 yaş ve üzerindedir ve diğer çalışmalarda belirlenen yaş profili ile uyumludur. Bunun nedenleri arasında genç nüfusun doğal olarak daha sağlıklı dış yapısına sahip olmak yanında, sosyalleşme anlamında eski nesillere göre daha aktif olmaları ve kişisel bakımlarına/sağlıklarına daha fazla dikkat etmelerinden dolayı da genellikle 30 yaş altındaki bireylerin çok fazla tedaviye ihtiyaç duymamalarının bulunduğu söylenebilir. Bununla birlikte, gençlerin tedavi amaçları genelde ortodonti ve estetik amaçlı olmaktadır.

Katılımcıların önemli bir bölümü *yüksek eğitilidir* ve bu da kendilerinin destinasyon seçiminde oldukça bilinçli ziyaretçiler olduklarını göstermektedir. Bu bulgu Kaçmaz ve Kahveci'nin (2016) çalışmasını da desteklemektedir. Araştırmanın sonuçlarına göre de, dental turistlerin eğitim seviyesi arttıkça başkalarının deneyimlerine ve tavsiyelerine daha fazla ilgi gösterdikleri ve tedavilerini yaptırmayı planladıkları sağlık kuruluşlarıyla *daha etkili iletişim* kurdukları belirlenmiştir. Bu da sağlık merkezlerinin profesyonel yaklaşımının ve sağlık merkezlerinde daha önce tedavi görmüş kişilerin referanslarının iyi eğitilmiş kişilerin karar alma sürecini olumlu yönde etkilediği ve bu kişilerin doğru karar verdiklerine en baştan emin olmak istedikleri sonucunu ortaya koymaktadır.

Didim'i tercih eden dental turistlerin genelde *tek başına* seyahat etmedikleri, önemli bir kısmının *eş, dost ve akrabalarıyla* seyahat etmeyi tercih ettikleri görülmüştür. Dış tedavisi gibi cerrahi müdahale gerektiren durumlarda hastaların güç alabileceği bir refakatçisinin olması, tedavi sürecinin daha kolay geçmesini sağlamaktadır. Dental turistler de tedavi boyunca kendilerine yardımcı olacak biriyle seyahat ederek iyileşme sürecini daha hızlı atlatmayı istemektedirler.

Demografik değişkenler yanında dental turistlerin Didim'i bir destinasyon olarak seçmeleri konusunda

bağımsız değişkenlerin rolüne ilişkin faktör analizi sonuçları bu konuda en önemli ve ağırlıklı değişkenlerin *Tavsiye, İletişim Kolaylıkları, Bilgi Kaynakları, Başkalarının Yorumları ve Hizmet Kalitesi* olduğu belirlenmiştir. Bu sonuçlar da konuya ilişkin olarak daha önce yapılan çalışmayı destekler niteliktedir. İlginç bir şekilde, bölgenin *turizm çekiciliklerinin* tercih konusunda önemli bir etkisinin bulunmadığı ve ikincil dercede önem verilen değişkenlerin ise *hizmet kalitesi, fiyat uygunluğu ve ulaşım avantajları* olduğu da görülmüştür. Bu bulgular da önceki çalışmalarla benzer sonuçları göstermiştir.

LİTERATÜRE KATKI

Bu çalışmanın yapılmasına karar verilmesindeki en önemli neden Türkiye'de, benzer konuda *Kaçmaz ve Kahveci*'nin 2016 yılında Alanya'da yapmış oldukları çalışma ile Işık'ın 2019 yılında Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsünde hazırlanmış olduğu "*Bir Hedef Pazar Seçeneği Olarak Yerleşik Yabancıların Dental Turizm Kapsamındaki Potansiyeli: Kuşadası IDC Örneği*" isimli yüksek lisans tezi dışında, başka bir çalışma ile karşılaşılmamış olmasıdır. Bu çalışma ile medikal turizm ya da sağlık turizmi alanında nispeten *niş(niche)* bir pazar olarak kabul edilebilecek olan "*dental turizm*" üzerine Didim gibi turizmde henüz gelişmemiş bir bölgede yapılan bir araştırma olma özelliği ile literatürde bir ölçüde boş bulunan bir alana katkı sağlanması amaçlanmıştır.

SEKTÖR İÇİN ÖNERİLER

Ülkemiz turizminin en önemli sorunlarından birisi, kitle turizmine aşırı bağımlılık ve kişi başına ziyaretçi harcamasının da bu nedenle düşüklüğüdür. Bu nedenle kamu otoriteleri de kitle turizminden kademeli olarak uzaklaşarak daha seçkin turizm türlerine yönelmeyi planlamaktadır. Medikal turizm de bu seçkin alanların başında yer almaktadır ve son yıllarda ülkemizin bu alanda yakalamış olduğu ivmeyi önümüzdeki yıllarda da devam ettireceği ön görülmektedir. Bu nedenle, medikal turizm ve dental turizm için üç önemli kuruluş; *tedavi kuruluşları/merkezleri, Turizm Bakanlığı örgüt ve birimleri* ile *turizm işletmeleridir*. Tedavi merkezlerinin *hizmet kalitesi*, bakanlığın sektöre sağlayacağı *destek* yanında konaklama işletmeleri ile aracı kuruluşlar olan seyahat acentalarının bir taraftan kendi alanlarında en kaliteli hizmeti sunarken, diğer taraftan da iyi bir *koordinasyon ve işbirliği* ile *bütüncül hizmet kalitesinin* yükseltilmesi sektörel gelişimin odak noktasıdır. Bu işbirliğinde en önemli rol de, aracı kuruluşlar olan ve seyahatleri organize eden seyahat acentalarına düşmektedir. Bu aracı kurumlar, medikal turistler ile sağlık kuruluşları ve konaklama işletmeleri arasında

önemli bir arayüz ve köprü görevi yerine getirmektedir. Bu nedenle seyahat acentalarının da medikal turizm ve dental turizm pazarında uzmanlaşarak faaliyetlerini geliştirmeleri gereklidir. Bu konuda başarı en uygun hedef pazarların bulunarak etkili bir tanıtım ile bu kategorideki ziyaretçi sayısını ve kazançları artırmakla sağlanabilecektir.

SONRAKİ ÇALIŞMALAR İÇİN ÖNERİLER

Dental turistlerin destinasyon tercih nedenlerini ortaya çıkarmayı amaçlayan bu çalışmanın sadece Aydın'ın Didim ilçesinde yürütülmüş olması, Türkiye'deki dental turizm pazarı ile ilgili genel sonuçlara ulaşılmaması konusunda yeterli değildir. Önemi her geçen gün arttıran medikal ve dental turizm pazarının mevcut ve gelecekteki durumunun daha iyi kavranabilmesi için benzer çalışmaların Türkiye'nin diğer destinasyonlarında da yapılması gerekmektedir. Ayrıca, daha ileri araştırmaların daha geniş örneklemeler ile dental tedavi ve diş estetiğinin farklı alanları olan *estetik dolgu, diş beyazlatma, implant, ortodonti, estetik lamina, dental spa, güllüş estetiği ve protez* alanlarındaki ziyaretçi profilleri, motivasyonları ve tercihleri ile tedavi merkezlerinin operasyonel (*işletmecilik*) konularında yapılması önemli bulgular ortaya çıkarabilecektir. Konuya ilişkin daha ileri ve ayrıntılı bir başka çalışma konusu da Türkiye'nin dental turizmdeki rekabet gücünün analizi üzerine olabilecektir.

KAYNAKLAR

- Adams, K., Snyder, J., Crooks, V. & Johnston, R. (2015). Tourism Discourse and Medical Tourists' Motivations to Travel, *Tourism Review*, 70(2), 85-96.
- Aktepe, C. (2013). Sağlık Turizmde Yeni Fırsatlar ve Türkiye'de Yerleşik Sağlık İşletmelerinin Pazarlama Çabaları, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5 (1), 170-188
- Aydın, O. (2012). Türkiye'de Alternatif Bir Turizm; Sağlık Turizmi. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14 (23), 91-96.
- Barca, M., Akdeve, E. & Balay, İ.G. (2013). Türkiye Sağlık Turizm Sektörünün Analizi ve Strateji Önerileri, *İşletme Araştırmaları Dergisi* 5 (3), 64-92
- Bolton, S. & Skountridaki, L. (2017). The Medical Tourist and a Political Economy of Care, *Antipode – A Radical Journal of Geography*, 49(2), 499–516. doi.org/10.1111/anti.12273.
- Bristow, R.S., Yang, W.-T. & Lu, M.-T. (2011). Sustainable Medical Tourism in Costa Rica, *Tourism Review*, 66 (1), 107-117
- Cameron, K., Valorie, A., Crooks, V.C., Jeremy, S., Rory, J. & Victoria, C. (2014). Motivation, Justification, Normalization: Talk Strategies Used by Canadian Medical Tourists Regarding Their Choices to Go Abroad for Hip and Knee Surgeries, *Social Science & Medicine* 106, 93-100
- Can, A., Bayraktaroğlu, H. ve Atalç, H. (2014). Global Perspektifle Türkiye'de Medikal Turizm Yönetimi, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 6 (11), 73-81.
- Cherukara, J.M. & Manalel, J. (2008, 15-27 May). Medical Tourism in Kerala: Challenges and Scope. Conference on Tourism in India – Challenges Ahead. Indian Institute of Management (IIMK), Kozhikode, India.
- Connell, J. (2005). Medical Tourism: Sea, Sun, Sand and Surgery, *Tourism Management*, 27, 1093–1100
- Connell, J. (2006). Medical Tourism: The Newest of Niches, *Tourism Recreation Research*, 31 (1), 99-102
- Cook, P.S. (2008, 2-5 Dec). What is Health and Medical Tourism? The Annual Conference of the Australian Sociological Association, The University of Melbourne, Victoria.
- Crooks, V.A., Turner, L., Snyder, J., Johnston, R. & Kingsbury, P. (2011). Promoting Medical Tourism to India: Messages, Images, and the Marketing of International Patient Travel, *Social Science & Medicine*, 72 (2011), 726-732

- Deasy, R., Kim, J.-Y. & Hong, S.-A. (2014). A Comparative Study of Knowledge, Attitude and Experience towards Dental Tourism between Indonesian and Korean People, *Journal of Digital Convergence*, 12(3), 299-308
- Eissler, L.A. & Casken, J. (2012). Seeking Health Care Through International Medical Tourism, *Journal of Nursing Scholarship*, 45 (2), 177-184
- Enderwick, P. & Nagar, S. (2011). The Competitive Challenge of Emerging Markets: the Case of Medical Tourism, *International Journal of Emerging Markets*, 6 (4), 329-350
- Evans, R.W. (2008). Ethnocentrism is an Unacceptable Rationale for Health Care Policy: A Critique of Transplant Tourism Position Statements, *American Journal of Transplantation*, 8, 1089-1095.
- Freire, N.A. (2012). The Emergent Medical Tourism: Advantages and Disadvantages of the Medical Treatments Abroad, *International Business Research*, 5(2), 41-50.
- Gan, L.L. & Frederick, J.R. (2013). Medical Tourists: Who Goes and What Motivates Them? *Health Marketing Quarterly*, 30(2), 177-194
- Guiry, M. & Vequist, D.G. (2011). Traveling Abroad for Medical Care: U.S. Medical Tourists' Expectations and Perceptions of Service Quality, *Health Marketing Quarterly*, 28(3), 253-269
- Hall, C.M. (2011). Health and Medical Tourism: a Kill or Cure for Global Public Health? *Tourism Review*, 66(1/2), 4-15
- Hanefeld, J., Smith, R., Horsfall, D. & Lunt, N. (2014). What Do We Know About Medical Tourism? A Review of the Literature With Discussion of Its Implications for the UK National Health Service as an Example of a Public Health Care System, *International Society of Travel Medicine, Journal of Travel Medicine*, 21 (6), 410-417.
- Heung, V.C.S., Kucukusta, D. & Song, H. (2010). A Conceptual Model of Medical Tourism: Implications for Future Research, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 27(3), 236-251
- Işık, C. (2019). Bir Hedef Pazar Seçeneği Olarak Yerleşik Yabancıların Dental Turizm Kapsamındaki Potansiyeli: Kuşadası IDC Örneği, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Aydın.
- Jaapar, M., Ghazali, M., Moghavvemi, S. & Roslan, S. (2017). Dental Tourism: Examining Tourist Profiles, Motivation and Satisfaction, *Tourism Management*, (61), 538-552
- Johnston, R., Crooks, V.A. & Snyder, J. (2012). I didn't even know what I was looking for: A Qualitative Study of the Decision-Making Processes of Canadian Medical Tourists, *Globalization and Health*, 8, 23
- Kaçmaz, Y.Y. & Kahveci, A. (2016). Dental Turistlerin Dental Turizm Deneyimlerine Yönelik Bir Araştırma: Alanya Örneği, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9 (43): 1899-1908.
- Kamath, K., Hugar, S., Kumar, V., Gokhale, N., Uppin, C. & Hugar, S.S. (2015). The Business and Pleasure of Teeth: Dental Tourism, *International Journal of Contemporary Dental and Medical Review*,
- Kaya, S., Yıldırım, H.H., Karsavuran, S. & Özer, Ö. (2013). Türkiye Medikal Turizm Değerlendirme Raporu. T.C. Sağlık Bakanlığı Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü Sağlık Turizmi Daire Başkanlığı, Ankara.
- Kovacs, E. & Szocska, G. (2013). Vacation for Your Teeth – Dental Tourists in Hungary from the Perspective of Hungarian Dentists, *British Dental Journal*, 215: 415-418.
- Labonte, R. (2013). Medical Tourism Today: What, Who, Why and Where?, *Transdisciplinary Studies in Population Health Series*, 4(1), 6-42.
- Loubeau, P. (2009). The Globalization of Dental Care: An opportunity for Croatian Tourism, *Professional Paper*, 57(2), 193-199
- Lunt, N. (2015). International Patients on Operation Vacation: Medical Refuge and Health System Crisis: Comment on International Patients on Operation Vacation – Perspectives of Patients Travelling to Hungary for Orthopaedic Treatments, *International Journal of Health Policy Management*, 4, 323-325
- Milosevic, A. (2009). Dental Tourism - A Global Issue? *Journal of Esthetic and Restorative Dentistry*, 21(5), 289-291.
- Otamış, P.A. & Yüzbaşıoğlu, N. (2015). Medikal Turizm Sektöründe Küresel İşbirliği, Yenilikçilik ve Büyüme: Antalya Örneği, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 7 (3), 173-192.
- Österle, A., Balázs, P. & Delgado, J. (2009). Travelling for Teeth: Characteristics and Perspectives of Dental Care Tourism in Hungary, *British Dental Journal*, 206, 425-428
- Özsarı, S.H. & Karatana, Ö. (2013). Sağlık Turizmi Açısından Türkiye'nin Durumu, *J Kartal TR*, 24(2), 136-144
- Turner, J. (2008). Cross-Border Dental Care: 'Dental Tourism' and Patient Mobility, *British Dental Journal*, 204, 553-554

Dentaluna (2019). Türkiye'nin Sağlık Turizmindeki Yeri, <https://www.dentaluna.com/turkiyenin-saglik-turizmindeki-yeri/> (Erişim: 01.09.2019).

Hürriyet (2019). Türkiye'ye Tedavi İçin Gelen Turist Sayısı 700 Bine Ulaştı. <http://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/turkiyeye-tedavi-icin-gelen-turist-sayisi-700-bine-ulasti-40906807>. (Erişim: 06.09.2019).

Medimagazin (2019). Dental Turizm Yüz Güldürüyor. <https://www.medimagazin.com.tr/hekim//tr-dental-turizm-yuz-gulduruyor-2-24-38736.html> (Erişim: 04.10.2019).

Destek Bilgisi:

Herhangi bir kurumdan destek alınmamıştır.

Çıkar Çatışması:

Çıkar çatışması yoktur

Etik Onayı:

Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Turizm Akademik Dergisinin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazarlarına aittir.

Bilgilendirilmiş Onam Formu:

Çalışmaya katılan tüm bireysel katılımcılar kendi rıza ve istekleriyle araştırmaya dahil olmuştur.

Etik kurul onayı:

Çalışma 2019 yılında yapılmıştır.

Araştırmacıların Katkı Oranı:

1. yazar katkı oranı : %50

2. yazar katkı oranı : %50

Extensive Summary

Destination Visit Motivations of Dental Tourists and the Case of Didim

Eren, GÖNÜL*, Onur, İÇÖZ

INTRODUCTION

In the tourism sector which has undergone a structural change process in recent years, especially the countries attracting tourists are diversifying their touristic products in order to get more shares from the cake (Kacmaz and Kahveci, 2016). In the tourism industry, which is increasingly focusing on more individual movements rather than massive mass displacements, a period in which tourism types such as niche tourism markets, adventure tourism and health tourism has become more important. Among the mentioned tourism types, health tourism has increased its importance especially in recent years (Aktepe, 2013).

Throughout the ages, "health" has been one of the most important travel motivations of individuals, and the number of travels with this purpose is continuing to increase nowadays as well. Health tourism, which is defined as the travel of people from places where they live to cross-border places for health purposes, is referred to as medical tourism, as it includes more special treatments such as medical, dental, general surgery, orthopedics, cardiovascular surgery, cancer treatment, IVF, weight loss etc.

If a country has a comparative advantage in terms of medical tourism, that is, if international medical services can be offered at more favorable prices than other countries, these countries have a significant market advantage and medical tourist trends are generally directed towards these countries. In this regard, the countries that have come to the fore in this regard in recent years are USA, Mexico, Brazil, Cuba, India, United Arab Emirates, Singapore, Malaysia, South Africa, South Korea, Thailand, Argentina, Hungary, Germany, Italy, France, Spain, Greece, Poland and Turkey (Kaya et al., 2013).

Medical tourism has increased in recent years, especially in developed countries and the increasing demand for health services in these countries as a result of increasing long waiting times each year, this demand has led to demand from these countries to other countries where conditions are more favorable, especially in terms of costs. In addition to reduced

*Corresponding author at: Aydın Adnan Menderes University, Didim Vocational School. erengonul@gmail.com

treatment costs, increased flight frequency between countries in terms of air travel, more and more widespread use of the Internet in all countries, an increase in the number of institutions providing patient and hospital mediation services, and the support of some countries in developing and supporting health systems with advanced technology tourism demand has shown a rapid development (Connell, 2006).

Likewise “*dental tourism*”, as a specific field of medical tourism, has an important place in niche markets and it increases its importance in tourism industry becoming a favorable sub-medical tourism product all around the world.

In the developed western countries, dental treatment, like other medical and health care services, is very expensive, and although many countries have health insurance, people are having difficulty in covering treatment costs and moving to countries where prices are more affordable. Therefore, as in medical tourism, there is a significant competition among countries that offer these services at affordable prices. Mexico is the country that attracts the most dental tourists with a 25% share in the total dental tourism market worldwide. Most tourists to this country come from the USA, which is a neighboring border because of the distance advantage. In this ranking, India and Hungary share the second place and Hungary attracts from European countries and India attracts from Asian countries. Outside of these countries, Poland, Romania, Bulgaria, Croatia, Costa Rica, Thailand, Malaysia, Singapore and Turkey are other international destinations featured in dental Tourism (Jaapar et al., 2017; Enderwick and Nagar, 2010).

Turkey has become one of the important countries preferred in the scope of dental treatments and dental operations thanks to the improvements and regulations made since 2008 in the field of health (dentaluna.com). Within the scope of dental tourism, the experts stated that the main travel objectives are in the fields of aesthetic filling, tooth whitening, implant, orthodontics, aesthetic lamina, dental spa, smile aesthetics and prosthesis. Dental tourism services, which are generally carried out by private health institutions, are offered in the form of a product package that includes transfer from the airport, accommodation and treatment services (Kamath et al., 2015).

METHOD

The basic objective of this study is to examine the actual potential of dental tourism in Turkey, which has not been adequately studied in the related literature so far, and to study the motivations of dental tourists who have already visited Didim as a dental tourism destination.

This research was designed as an explanatory approach to the relationship between variables as a category and as a quantitative research method. In this study, questionnaire technique was used to collect data from dental tourists who visited Didim. In order to reach the total number of dental tourists coming to Didim, Aydın Chamber of Dentists was contacted, but it was determined that such room did not have such data. For this reason, in order to obtain the necessary data, private oral and dental health polyclinics and practices were used. These health institutions could not give the total number of patients. Therefore, although the exact number required for the sample could not be determined, it is estimated that the number of seasonal dental visitors to the region is around 500. For this reason, random sampling was used as the sampling method and approximately 250 tourists receiving dental services were reached by e-mail and 206 of them received full feedback. The number of samples in the study was accepted as valid with 0.05 error margin in 95% confidence interval. The research covers only the visitors coming to Didim. Therefore, the study does not aim to produce a generalized result for all dental visitors.

RESULTS

According to the major findings of factor analyses, *sufficient information, comments about the services, effective communication and recommendations by former users* have been determined as primary explanatory variables for destination preferences of dental visitors.

CONCLUSION

The aim of this study was to contribute to an area found to be somewhat empty in the literature with the characteristic of being a research on dental tourism accepted as a relatively niche market in medical tourism or health tourism in a region which has not yet developed in tourism such as Didim

One of the most important problems of our country's tourism is excessive dependence on mass tourism and therefore low per capita visitor spending. For this reason, public authorities are also planning to move away from mass tourism gradually towards more distinguished types of tourism. Medical tourism is also at the top of these elite areas and it is foreseen that Turkey will continue its acceleration in this area in the following years.

As the study was only carried out in the district of Didim, it is not sufficient to generalize the conclusions about dental tourism market in Turkey. Similar studies for a better understanding of medical and specifically

dental tourism market must be made in Turkey including the other destinations. In addition, with the broader samples of further researches, visitor profiles, motivation and preferences in the areas of aesthetic filling, tooth whitening, implant, orthodontics, aesthetic lamina, dental spa, smile aesthetics, which are different areas of dental treatment will be able to reveal important findings.