

Türkiye’de Dental Turizmin Dinamikleri: Motivasyon ve Memnuniyet Üzerine Bir Çalışma (The Dynamics of Dental Tourism in Türkiye: A Study on Motivation and Satisfaction)

* Erhan DAĞ^a, Zeynep Aydın KILINÇ^b, Yaşar DEMİR^c, Nurperihan TOSUN^d

^a Kütahya Health Sciences University, Gediz Vocational School of Health Services, Department of Pharmacy Services, Kütahya/Türkiye

^b Alanya Alaaddin Keykubat University, Graduate School of Education, Antalya/Türkiye

^c Samsun Training and Research Hospital, Statistics Unit, Samsun/Türkiye

^d Sivas Cumhuriyet University, Faculty of Health Sciences, Department of Health Management, Sivas/Türkiye

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 27.01.2025

Kabul Tarihi: 23.05.2025

Anahtar Kelimeler

Dental turizm

Motivasyon

Memnuniyet

Türkiye

Öz

Bu çalışma, Türkiye’de dental turizm kapsamında hizmet alan uluslararası hastaların memnuniyet düzeylerini analiz etmeyi ve memnuniyeti etkileyen başlıca faktörleri belirlemeyi amaçlamaktadır. Araştırma, 1 Ocak–31 Aralık 2023 tarihleri arasında İstanbul, Antalya, Samsun ve Trabzon’daki sağlık turizmi yetki belgesine sahip özel sağlık kurumlarında gerçekleştirilmiştir. Rastgele örnekleme yöntemiyle seçilen 528 uluslararası hastaya anket uygulanmış; veriler SPSS 26.0 programı ile analiz edilmiştir. Korelasyon ve çoklu doğrusal regresyon analizleri kullanılmıştır. Çalışmada memnuniyetin ortalama puanı $4,13 \pm 0,644$ olarak saptanmıştır. Korelasyon analizi sonuçlarına göre, memnuniyet ile bilgi erişimi, hizmet kalitesi, kültürel benzerlik ve destek hizmetleri arasında pozitif yönlü, maliyet-tasarruf ile negatif yönlü bir ilişki olduğu belirlenmiştir ($p < 0.001$). Çoklu regresyon analizi sonuçları, memnuniyetin bilgi erişimi, hizmet kalitesi, kültürel benzerlik ve destek hizmetlerinden pozitif yönlü, maliyet-tasarruf ile negatif yönlü etkilendiğini belirlenmiştir ($p < 0.001$). Bağımsız değişkenler, memnuniyetteki değişimi %55 oranında açıklamaktadır ($R^2 = 0.550$). Dental turizmde hasta memnuniyeti çok boyutlu bir yapı arz etmektedir. Uygun fiyat tek başına yeterli olmayıp, kaliteli hizmet sunumu, bilgilendirme ve destek hizmetlerinin bütüncül bir yaklaşımla ele alınması gerekmektedir. Elde edilen bulgular, politika yapıcılar ve hizmet sağlayıcılar için yol gösterici niteliktedir.

Keywords

Dental tourism

Motivation

Satisfaction

Türkiye

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

Abstract

The aim of this study is to analyze the satisfaction level of international patients receiving dental tourism services in Turkey and to identify the main factors affecting satisfaction. The research was conducted between January 1 and December 31, 2023 in private health care institutions with health tourism authorization certificates in İstanbul, Antalya, Samsun, and Trabzon. A survey was administered to 528 international patients selected by random sampling, and the data were analyzed using SPSS 26.0 software. Correlation and multiple linear regression analyses were performed. The mean satisfaction score was 4.13 ± 0.644 . According to the results of correlation analysis, a positive relationship was found between satisfaction and information access, service quality, cultural similarity, and support services, while a negative relationship was found with cost savings ($p < 0.001$). The results of multiple regression analysis showed that satisfaction was positively influenced by information access, service quality, cultural similarity, and support services, and negatively influenced by cost savings ($p < 0.001$). The independent variables explain 55% of the variation in satisfaction ($R^2 = 0.550$). Patient satisfaction with dental tourism has a multidimensional structure. Affordable prices alone are not sufficient; quality of service, information and support services need to be addressed in a comprehensive approach. The findings provide guidance for policy makers and service providers.

* Sorumlu Yazar

E-posta: erhan.dag@ksbu.edu.tr (E. Dağ)

DOI: 10.21325/jotags.2025.1632

GİRİŞ

Günümüzde küreselleşmenin geldiği nokta, dünyayı daha erişilebilir bir hâle getirmiş; ulaşım teknolojileri ve altyapı olanaklarındaki gelişmeler sayesinde bir yerden başka bir yere seyahat etmek önemli ölçüde kolaylaşmıştır. Küresel ekonomideki büyüme paralelinde sağlık sektörü de kayda değer bir gelişim göstermiştir (Forbes, 2016). Tıp ve bilgi teknolojilerindeki ilerlemeler, bireylerin sağlık hizmetleri konusunda daha bilinçli hale gelmesini sağlamış; bu durum, hastaların dünya genelinde alternatif tedavi destinasyonları arayışına girmesine neden olmuştur. 1990'lı yıllarda sağlık hizmeti talebi genellikle az gelişmiş ülkelerden gelişmiş ülkelere yönelirken, 2000'li yıllardan itibaren bu eğilim tersine dönmüş ve gelişmiş ülkelerdeki bireylerin gelişmekte olan ya da az gelişmiş ülkelere tıbbi tedavi amacıyla seyahat ettikleri gözlemlenmiştir. Bu değişimin arkasında; gelişmekte olan ülkelere sunulan sağlık hizmetlerinin kalitesinin artması, daha düşük maliyetler ve bekleme sürelerinin kısalığı gibi faktörler yer almaktadır (Bagga vd., 2020; Marcus vd., 2023). Tüm bu gelişmeler neticesinde, bireylerin tedavi amacıyla sınır ötesi seyahat etme eğilimleri artmış ve bu olgu, literatürde “medikal turizm” kavramı ile tanımlanmaya başlanmıştır (Connell, 2013).

Medikal turizm, bireylerin sağlıklarını korumak, iyileştirmek veya yeniden kazanmak amacıyla, yüksek kaliteli tıbbi hizmetleri daha düşük maliyetle almak için gerçekleştirdikleri ve gidilen destinasyonda en az bir gece konaklamayı içeren seyahatler olarak tanımlanmaktadır (Jaapar vd., 2017; Musa vd., 2012; Oltean vd., 2020). Medikal turizm kapsamında sunulan sağlık hizmetleri oldukça çeşitlilik göstermekte olup, koruyucu sağlık hizmetleri, yardımcı üreme teknolojileri (örneğin tüp bebek tedavileri), estetik cerrahi uygulamaları, organ ve doku nakilleri, kardiyovasküler tedaviler ve ağız-diş sağlığı hizmetleri gibi birçok alana yayılmaktadır (Kim vd., 2019; Moghavvemi vd., 2023).

Medikal turizmin gelişimiyle birlikte, diş tedavisi arayışında olan uluslararası hastalar arasında “dental turizm” önemli bir alt sektör olarak öne çıkmıştır (Jaapar vd., 2017). Diş tedavilerinin yüksek maliyetli olması ve birçok ülkede özel diş sağlığı hizmetlerinin sağlık sigortaları kapsamı dışında tutulması, bireyleri alternatif çözümler aramaya yönlendirmiştir (Turner, 2008). Bu bağlamda, Amerika Birleşik Devletleri, Avrupa ülkeleri ve Avustralya gibi yüksek gelirli ülkelere bireyler, daha uygun maliyetli, hızlı ve konforlu diş tedavisi hizmetleri alabilmek amacıyla komşu ülkelere ya da farklı coğrafi bölgelere seyahat etmektedir (Jaapar vd., 2017; Kovacs & Szocska, 2013; Österle vd., 2009).

Dental turizm alanında uzmanlaşmış bazı ülkeler bu pazarda öne çıkmaktadır. Meksika, yüksek kaliteli hizmet anlayışı, hijyen standartları ve rekabetçi fiyatları ile dental turizm açısından en çok tercih edilen destinasyonlardan biri haline gelmiştir. Özellikle coğrafi yakınlık nedeniyle, ABD vatandaşları için cazip bir seçenek oluşturmaktadır. Macaristan ve Hindistan da bu alanda öne çıkan diğer ülkelerdendir. Macaristan daha çok Avrupa kökenli hastaları hedef alırken, Hindistan Asya pazarlarına odaklanmakta ve kapsamlı hizmet paketleri sunmaktadır (Dhama, 2016; Peručić, 2019).

Nitekim literatürde, Hindistan'ın diş turizmi pazarında her şey dâhil tedavi ve destek hizmetlerini içeren paketlerin yoğun pazarlanması sayesinde yıllık yaklaşık %30 oranında bir büyüme kaydettiği belirtilmektedir. Asya ve Avrupa kıtalarında öne çıkan diğer dental turizm destinasyonları arasında Tayland, Filipinler, Çekya ve Polonya ve Türkiye'de yer almaktadır (Dhama, 2016; Jaapar vd., 2017; Österle vd., 2009).

Türkiye, dental turizm alanında önemli bir büyüme potansiyeline sahip ülkeler arasında yer almaktadır. Daha önce yapılan çalışmalarda, ülkedeki diş hekimliği uygulamaları medikal turizm sektöründe üstün hizmet kalitesi sunmakta ve bu hizmetler, uluslararası hastalar nezdinde yüksek bir talep görmektedir. Uluslararası hastaların sıklıkla talep ettiği hizmetler arasında diş muayeneleri, protez, kanal, dolgu ve estetik diş hekimliği yer almaktadır. Yüksek düzeyde uzmanlaşmış ve uluslararası standartlarda hizmet sunan Türk diş hekimleri, uygun maliyet avantajı ile birlikte ülkeyi cazip bir diş turizmi destinasyonu hâline getirmektedir (Aydın & Işık, 2023; Y. Demir, 2024a; Y. Demir vd., 2024; Gönül & İçöz, 2020; Kanca & Kaya, 2023).

Dental turizm pazarındaki rekabet gücünü sürdürmek ve artırmak amacıyla, hasta memnuniyetini esas alan kaliteli sağlık hizmetlerinin sunulması büyük önem taşımaktadır. Ancak mevcut literatürde bu alana yönelik çalışmaların sınırlı sayıda olduğu görülmektedir. Bu bağlamda, bu çalışma öncelikli olarak Türkiye’de tedavi hizmeti alan uluslararası hastaların dental turizm deneyimlerine ilişkin memnuniyet düzeylerini analiz etmeyi hedeflemektedir. Ayrıca çalışmanın ikinci amacı, hasta memnuniyetini anlamlı şekilde etkileyen belirleyici faktörlerin ortaya konulmasıdır. Elde edilecek bulgular, dental turizm hizmeti sunucularına, hasta beklentileri ve algılarına ilişkin değerli bilgiler sunarak, klinik yönetim sistemlerinin geliştirilmesi, operasyonel iyileştirmeler ve etkili pazarlama stratejilerinin planlanması açısından yol gösterici olacaktır.

Kavramsal Çerçeve

Medikal Turizm

Bireyleri yurt dışında sağlık hizmeti almaya yönlendiren çeşitli etmenler bulunmaktadır. Bunların başında, gelişmiş ülkelerde sağlık hizmetlerinin maliyetlerinde yaşanan hızlı artış gelmektedir. Bu durum, kendi ülkelerinde tıbbi hizmetlere erişimde finansal güçlük yaşayan bireyler için medikal turizmi ekonomik ve erişilebilir bir alternatif hâline getirmiştir. İkinci önemli etken ise küreselleşmenin sunduğu olanaklardır. Uluslararası hava taşımacılığındaki maliyetlerin düşmesi, döviz kurlarındaki göreceli avantajlar ve ulaşımın kolaylaşması, medikal turizmin gelişimini destekleyen başlıca unsurlar arasında yer almaktadır. Buna ek olarak, internet ve sosyal medyanın yaygınlaşması, sağlık hizmetleri aracı kuruluşlarının rolü ve birçok ülkede sağlık altyapısında kaydedilen ilerlemeler, bireylerin yurt dışında tedavi olma eğilimlerini güçlendirmektedir (Dag vd., 2024; Y. Demir & Özpınar, 2024; Toni vd., 2024).

Türkiye, 1 milyonun üzerinde uluslararası hastaya hizmet sunarak dünyanın medikal turizm alanında öne çıkan en önemli destinasyonlardan biri hâline gelmiştir. 2024 yılı itibarıyla, yaklaşık 1,5 milyon yabancı hasta Türkiye’de çeşitli sağlık hizmetlerinden faydalanmıştır. Bu hasta grubu; yalnızca tıbbi tedavi amacıyla ülkeye gelen medikal turistleri, tatil amacıyla Türkiye’ye seyahat eden ve konakladıkları süre zarfında sağlık hizmeti alan genel turistleri ve ayrıca Türkiye’de ikamet eden ya da çalışan uluslararası bireyleri kapsamaktadır (Y. Demir, 2024; Toni vd., 2024).

Türkiye hükümeti, 2002 yılında sağlıkta dönüşüm programı ile ülkeyi uluslararası bir sağlık merkezi olarak konumlandırma yönünde stratejik bir karar almış ve bu doğrultuda medikal turizm sektörünü resmî olarak hedeflemeye başlamıştır. Bu çerçevede geliştirilen politikalar ve yatırımlar, özel sağlık kuruluşlarının bu alandaki kapasitesini artırmıştır. Nitekim 2024 yılı itibarıyla medikal turizm faaliyetlerinden Türkiye 3.022.957 bin ABD Doları gelir elde etmiştir (Toni vd., 2024).

Dental Turizm

Dental turizm, medikal turizmin önemli alt dallarından biri olarak öne çıkmakta ve son yıllarda dikkate değer bir büyüme sergilemektedir (Hunjet vd., 2018; Kovacs & Szocska, 2013). Seyahatin yalnızca tedavi amacını değil, aynı zamanda turistik faaliyetleri de içerebilmesi nedeniyle, dental turizm literatürde sıklıkla “dental tatil” veya “dental vacation” olarak da adlandırılmaktadır. Dental turistler, ağız ve diş sağlığını korumak, iyileştirmek veya yeniden kazanmak amacıyla yurt dışına seyahat eden ve tedavi aldıkları ülkede en az bir gece konaklayan bireylerdir (Jaapar vd., 2017). Dental turistler iki temel kategoriye ayrılmaktadır. İlk grup, yalnızca dental tedavi almak ya da hem dental tedavi hem de tatil amacıyla başka bir ülkeye seyahat eden “klasik dental turistler”dir. İkinci grup ise, tatil veya akraba ziyareti için kendi ülkelerine dönen göçmen bireylerden oluşmakta olup, bu kişiler seyahatleri sırasında dental hizmet alarak “göçmen dental turistler” olarak tanımlanmaktadır (Peručić, 2019).

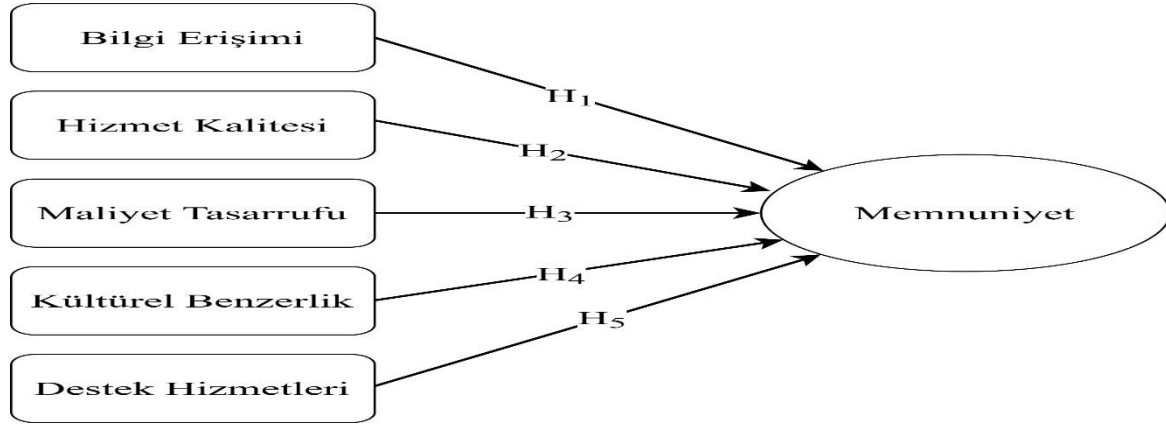
Medikal turizmde olduğu gibi, maliyet unsuru dental turizmde de temel itici faktörlerden biri olarak öne çıkmaktadır. Önceki araştırmalar, dental turistlerin büyük oranda yüksek gelirli ülkelerde yaşayan ve daha az gelişmiş ülkelerde daha uygun maliyetlerle sunulan dental hizmetleri tercih eden bireylerden oluştuğunu göstermektedir (Kesar & Mikulić, 2017). Aynı ya da benzer kalitedeki dental hizmetlerin, hastaların ikamet ettiği ülkelerle kıyaslandığında yurt dışında çok daha uygun fiyatlarla sunulması, bu tür seyahatleri teşvik etmektedir (Adams vd., 2017). Ayrıca, yerel sağlık sistemlerinde elektif dental tedaviler için uzun bekleme süreleri de dental turizmi destekleyen diğer önemli unsurlar arasındadır (Kovacs & Szocska, 2013). Buna ek olarak, hastaların kendi ülkelerinde sunulan dental hizmetlerden memnun kalmamaları veya bu hizmetlerin yetersiz bulunması, onları alternatif sağlık çözümleri aramaya yöneltmektedir. Bu bağlamda, teknolojik gelişmeler, düşük seyahat maliyetleri, kaliteli dental malzemelere erişim, uluslararası düzeyde eğitim almış uzman diş hekimleri ve turistik destinasyonların cazibesi, dental turistlerin hizmet sağlayıcılarını seçme süreçlerinde belirleyici etkenler olarak öne çıkmaktadır (Hunjet vd., 2018; Jaapar vd., 2017; Peručić, 2019).

Dental Turizm ve Motivasyon

Dental turistlerin seyahat etmelerindeki temel motivasyon kuşkusuz dental tedavi ihtiyacıdır. Özellikle gelişmiş Batı ülkelerinde dental tedavi maliyetlerinin oldukça yüksek olması, bu ülkelerde yaşayan bireylerin benzer nitelikteki sağlık hizmetlerine daha uygun fiyatlarla erişebilecekleri alternatif destinasyonlara yönelmelerine neden olmaktadır. Bu bağlamda, bireylerin yaşadıkları ülkelerden dental tedavi amacıyla yurt dışına çıkmalarına yol açan faktörlere ilişkin çeşitli çalışmalar mevcuttur.

Bu çalışmalarda, birçok ülkede sağlık sigortalarının dental tedavi hizmetlerini kapsam dışında bırakması ve talep edilen tedavilerin yerel sağlık sistemlerinde tam anlamıyla gerçekleştirilememesi gibi unsurlar ön plana çıkmaktadır (Kovacs & Szocska, 2013). Bunun yanı sıra, yaşanan ülkelerdeki yüksek dental tedavi ücretleri (Milosevic, 2009), tedavi sunulan ülkelerin kültürel olarak yakın ve ulaşılabilir olması, sunulan hizmetlerin kalitesinin yüksek oluşu ve tedavi süreçlerine dair detaylı ve tatmin edici bilgilere erişim imkânı (Jaapar vd., 2017), gibi faktörler de dental turistlerin tercihlerini şekillendiren önemli faktörler arasında yer almaktadır. Ayrıca, tedavi alınan ülkelerdeki sağlık kuruluşlarının uluslararası düzeyde tanınan akreditasyon belgelerine sahip olması (Labonte, 2013) ve dental turist gönderen ve kabul eden ülkeler arasındaki ticari anlaşmalar neticesinde hastalara sağlanan kolaylıklar (Lunt, 2015), dental turizmi destekleyen diğer önemli l faktörler olarak değerlendirilmektedir. Tüm bu etmenler, dental turistlerin destinasyon seçiminde etkili olan temel faktörler arasında kabul edilmektedir.

Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri



H1: Bilgi erişimi dental turizm memnuniyetini pozitif yönde etkiler.

H2: Hizmet kalitesi dental turizm memnuniyetini pozitif yönde etkiler.

H3: Maliyet dental turizm memnuniyetini negatif yönde etkiler.

H4: Kültürel benzerlik dental turizm memnuniyetini pozitif yönde etkiler.

H5: Destek hizmetleri kalitesi dental turizm memnuniyetini pozitif yönde etkiler.

Yöntem

Çalışma Tasarımı

Çalışma bir alan araştırması olarak planlanmıştır. Çalışma için, Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi Rektörlüğü Tıp Fakültesi Klinik Araştırmalar Etik Kurulu'ndan 19.12.2020 tarih ve 25-26 karar sayılı yazılı izin alınmıştır. Ancak bu süreçte Covid-19 pandemi nedeniyle seyahat kısıtlamalarından dolayı çalışma pandemi bitimi ve seyahatlerin tekrar başlama sürecine kadar ertelenmiştir. Pandemi sürecinden sonra veriler İstanbul, Antalya, Samsun ve Trabzon illerinde toplanmıştır. İstanbul ve Antalya USHAŞ verilerine göre en çok medikal turistin geldiği illerimizdir (USHAŞ, 2024). Samsun ve Trabzon illeri ise Karadeniz bölgesinin sağlık altyapısı en güçlü illeridir. Bu illerde bulunan sağlık kurumlarının Gürcistan ve Azerbaycan'da sağlık turizmi ofisleri bulunmaktadır. Her iki ilin bu ülkelere yakın olması, karayolu ile seyahat edilebilmesi, direk uçak seferlerinin olması nedeniyle yıllık ortalama 40.000 civarında sağlık turisti bu illerden sağlık hizmeti almaktadır (Demir vd., 2020; Kanca & Kaya, 2023). Bu nedenlerle çalışma verileri bu illerde sağlık turizmi yetki belgesine sahip sağlık kurumlardan toplanmıştır.

Çalışmada Türkiye'ye gelen dental turist sayısına ait herhangi bir veriye ulaşılamamıştır. Bu nedenle çalışmada örneklem seçimi yapılmamıştır. Saunders ve arkadaşlarına (2016) göre, tıbbi turist popülasyonunu temsil etmek için 300'den fazla örneklem büyüklüğü yeterli kabul edilmektedir (Saunders vd., 2016). Araştırma verileri, 1 Ocak 2023 ile 31 Aralık 2023 tarihleri arasında özel sağlık kurumlarından (hastane, tıp merkezi, muayenehane, poliklinik) hizmet alan ve çalışmaya katılmayı kabul eden ve Türkçe, İngilizce ve Arapça konuşup anlayabilen 18 yaş ve üstü bireylerden toplanmıştır. Çalışmada rastgele örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Anket formları, çalışmaya katılmayı kabul eden sağlık kurumlarına bırakılmış ve aylık olarak toplanmıştır. Çalışma sonucunda, 528 geçerli anket formu analize tabi tutulmuştur. Anket formları İngilizce, Arapça ve Türkçe olarak uygulanmıştır.

Veri Toplama Araçları

Çalışma verileri iki bölümden oluşan anket formu ile toplanmıştır. Anketin ilk bölümünde “kişisel tanıtım formu”, ikinci bölümde ise “Seyahat motivasyonu ve memnuniyet ölçeği” bulunmaktadır.

Kişisel tanıtım formu: Katılımcıların sosyo-demografik özelliklerini ortaya çıkarmayı amaçlayan 13 ifade bulunmaktadır.

Seyahat motivasyonu ve memnuniyet ölçeği: Ölçek Jaapar ve diğerleri (2017) tarafından İngilizce ve Arapça dilinde geliştirilmiştir. Ölçek 40 ifade ve 6 alt boyuttan oluşmaktadır. Ölçek 5’li Likert tipinde “1-Kesinlikle Katılmıyorum”, “5-Kesinlikle Katılıyorum” şeklinde skorlanmıştır. Ölçeğin ilk dört ifadesi "bilgi erişimi", 5-11. ifadeler "hizmet kalitesi", 12-16. ifadeler "maliyet-tasarruf", 17-20. ifadeler "kültürel benzerlik", 21-24. ifadeler "destek hizmetleri" ve 25-40. ifadeler ise "memnuniyet" alt boyutlarını kapsamaktadır. Her alt boyut kendi içinde değerlendirilmektedir. Alt boyut ortalamalarının 5’e yaklaşması ilgili alt boyuta ait algının yüksek olduğu şeklinde yorumlanmaktadır. Ölçeğin Türkçe geçerliliği Gönül ve İçöz (2020) tarafından yapılmıştır (Gönül & İçöz, 2020). Ölçeğin Cronbach's alpha değerleri; bilgi erişimi 0.72, bakım kalitesi 0.80, maliyet-tasarruf 0.78, kültürel benzerlik 0.80, destek hizmetleri 0.81 ve memnuniyet 0.93’tür. Bu çalışmada ölçeğin cronbach's alpha değerleri; bilgi erişimi 0.79, bakım kalitesi 0.78, maliyet-tasarruf 0.87, kültürel benzerlik 0.82, destek hizmetleri 0.81 ve memnuniyet 0.91’dir.

İstatistiksel Analiz

Toplanan 528 anket formu SPSS 26.00 programına aktarılmıştır. Sosyo-demografik özelliklerin değerlendirilmesinde yüzde ve frekans analizi uygulanmıştır. Motivasyon faktörleri ve memnuniyet arasındaki ilişkiyi belirlemek için pearson korelasyon analizi yapılmış, memnuniyeti etkileyen faktörlerini tespit etmek amacıyla çoklu doğrusal regresyon analizi uygulanmıştır.

Bulgular

Tablo 1. Dental Turist Profilleri (N:528)

Profil	N	%
Cinsiyetiniz		
Kadın	314	59,50
Erkek	214	40,50
Yaşınız		
18-30	98	18,60
31-45	211	40,00
46-59	116	22,00
60 +	103	19,50
Geliş Şekliniz		
Kendi imkanı ile	492	93,20
Aracı kurum	18	3,40
Seyahat acentesi	18	3,40
Ziyaretinizdeki asıl amacınız		
Dış Hizmeti İçin	130	24,60
Tatil	367	69,50
Akraba vs. ziyareti	31	5,90
Burada almış olduğunuz dış sağlığı hizmetini tavsiye eder misiniz		
Evet	527	99,80
Kararsızım	1	0,20

Tablo 1. Dental Turist Profilleri (N:528)

Diş Sağlığı hizmetleri için tekrar burayı tercih eder misiniz		
Evet	527	99,80
Kararsızım	1	0,20
Türkiye'ye gelirken yaşadığınız olumsuzluk oldu mu?		
Uçuş/ havaalanı hizmetleri	12	2,30
Transfer hizmetleri	473	89,60
Dil/iletişim Sorunları	43	8,10
Türkiye'de tedaviniz kaç gün sürdü?		
1-3 gün	279	52,80
4-6 gün	36	6,80
7-9 gün	57	10,80
10 gün ve fazlası	156	29,50
Burada almış olduğunuz tedavi kendi ülkenize göre ortalama kaç kat ucuzdur?		
2 kat	128	24,20
3 kat	230	43,60
4 kat	163	30,90
5 kat ve daha fazlası	7	1,30
Türkiye'deki diş sağlığı hizmetleri turizmi hakkındaki bilgi kaynağınız		
Sosyal medya	23	4,40
Arkadaş/ Akraba Tavsiye	413	78,20
Aracı kurum	34	6,40
Seyahat acentası	22	4,20
Sağlık profesyonellerinin önerisi	36	6,80
Diş Sağlığı Hizmetini Türkiye'de tercih etme nedeniniz		
Fiyat avantajı	387	73,30
Alanında uzman sağlık çalışanı	21	4,00
Uçuş kolaylığı	20	3,80
Tatil	29	5,50
Bekleme süresi kısalığı	59	11,20
Yüksek teknolojiye sahip sağlık hizmeti	12	2,30
Aldığınız Diş Sağlığı Hizmeti		
İmplant	126	23,90
Diş beyazlatma/Diş taşı Temizliği	195	36,90
Dolgu/Kanal tedavisi/ Protez	207	39,20
Geldiğiniz Ülke		
Almanya	89	16,90
Irak	99	18,80
İngiltere	69	13,10
Norveç	60	11,40
Rusya	50	9,50
Azerbaycan	59	11,20
Ukrayna	34	6,40
Gürcistan	26	4,90
Danimarka	5	0,90
Filistin	5	0,90
Fransa	5	0,90
Suudi Arabistan	11	2,10
Afganistan	6	1,10
Katar	10	1,90

Araştırmaya katılanların %59,50'si kadın, %40,50'si erkek olup, %40'ı 18-30 yaş aralığındadır. Katılımcıların %69,50'si tatil amacıyla, %93,20'si ise kendi imkânlarıyla Türkiye'ye gelmiştir. Katılımcıların %73,30'u fiyat avantajı nedeniyle Türkiye'yi tercih ederken, %78,20'si kliniklere tavsiye üzerine başvurmuştur. Araştırmaya katılanların %23,9'u implant, %36,9'u diş beyazlatma/diş taşı temizliği ve %39,2'si dolgu/kanal tedavisi/protez hizmeti almıştır. Katılımcıların %18,8'i Irak, %16,9'u Almanya, %13,1'i İngiltere, %11,4'ü Norveç ve %11,2'si Azerbaycan'dan gelmiştir (Tablo 1).

Açıklayıcı Faktör Analizi

Verilerin faktör analizine uygunluğunu değerlendirmek amacıyla Kaiser-Meyer-Olkin testi uygulanmış ve KMO değeri 0.860 olarak tespit edilmiştir. Bartlett küresellik testi sonucunda, ölçeğin faktör analizine uygun olduğu belirlenmiştir. Açıklayıcı faktör analizi sonucunda, tüm değerlerin 0.4'ün üzerinde olması nedeniyle ölçekten herhangi bir ifade çıkarılmamıştır (Çelik Elif, 2018; Goretzko vd., 2021; Gürbüz & Şahin, 2014; Schreiber, 2021). Açıklayıcı faktör analizi sonuçlarına göre, ölçeğin 40 ifade ve 6 alt boyuttan oluştuğu tespit edilmiştir. Bu sonuçlar, ölçeğin bilgi erişimi, hizmet kalitesi, maliyet-tasarruf, kültürel benzerlik, destek hizmetleri ve memnuniyet alt boyutlarından oluştuğunu doğrulamaktadır. Alt boyutların ölçeği %72,31 oranında açıkladığı belirlenmiştir. Ölçek geçerliliği için, Cronbach's Alpha değeri bilgi erişimi 0.79, bakım kalitesi 0.78, maliyet-tasarruf 0.87, kültürel benzerlik 0.82, destek hizmetleri 0.81 ve memnuniyet 0.91 olarak saptanmıştır. Yüzde analizi sonuçlarına göre bilgi erişimi ortalama puanı 3.57 ± 0.724 , hizmet kalitesi ortalama puanı 3.82 ± 0.521 , maliyet-tasarruf ortalama puanı 3.36 ± 0.685 , kültürel benzerlik ortalama puanı 3.37 ± 0.757 , destek hizmetleri ortalama puanı 3.75 ± 0.710 ve memnuniyet ortalama puanı 4.13 ± 0.644 olarak hesaplanmıştır (Tablo 2).

Tablo 2. Seyahat Motivasyonu ve Memnuniyet Ölçeği Açıklayıcı Faktör Analizi

Seyahat Motivasyonu ve Memnuniyet Ölçeği	ORT.	SD	Faktör Yüğü	Varyans %
Bilgi Erişimi	3,57	0,724		
Burada aldığım sağlık hizmetini arkadaşlarım /tanıdıklarım tavsiye etti	3,73	1,098	0,575	30,385
İnternet/telefon aracılığı ile dış hekimi ile rahat iletişim kurabildim	3,12	1,305	0,723	
İnternet sitesinde Dış Sağlığı Hizmetleri ile hakkında bilgiler bulunmakta ve ulaşılabilir	3,88	0,822	0,476	
İnternette/sosyal medyada başkaları tarafından yapılmış olumlu, iyi yorumlar bulunmaktadır	3,57	0,958	0,561	
Hizmet kalitesi	3,82	0,521		
Yüksek kalite ve standartta dış sağlığı hizmeti aldığımı düşünüyorum	4,06	0,823	0,719	13,347
Yüksek teknoloji kullanılarak dış sağlığı hizmeti sunulmaktadır	3,93	0,880	0,698	
Bu klinik akreditasyon veya belgelendirmelere sahiptir	3,07	1,110	0,645	
Nitelikli ve yetkin dış hekimlerine sahiptir	4,26	0,704	0,700	
Bir dış kliniğinde bir de fazla farklı uzman dış hekimi bulunmaktadır	3,49	1,107	0,707	
Kişiselleştirilmiş sağlık hizmeti sunulmaktadır	3,98	0,739	0,693	
Sigorta/banka/kredi kartı ile ödeme kolaylığı sunulmaktadır	4,00	0,777	0,678	
Maliyet -Tasarruf	3,36	0,685		
Dış kliniğinin konumu uygun/elverişlidir	4,05	0,730	0,713	9,847
Uygun fiyatlı dış bakımı sunulmaktadır	3,87	0,857	0,775	
Cazip seyahat ve turizm paketi sunulmaktadır	2,72	1,182	0,799	
Diğer turistik yerleri ziyaret etme fırsatı buldum	3,13	1,355	0,747	
Kaliteli konaklama için makul bir ücret ödedim	3,09	1,170	0,645	
Kültürel Benzerlik	3,37	0,757		
Kendi ülkeme uzaklık olarak çok uzak değil (uçuş mesafesi, ulaşım)	3,20	1,159	0,682	8,691
Arkadaşlarım, akrabalarım, tanıdıklarım burada bulunmaktadır	3,44	1,183	0,661	
Helal gıdalara kolayca ulaşabiliyorum	3,72	1,288	0,745	
Kendi ana dilimi kullanarak iletişim kurabiliyorum	2,76	1,404	0,603	
Destek Hizmetleri	3,75	0,710		
Geniş konaklama seçenekleri bulunmaktadır	3,78	1,003	0,518	5,612
Aracı kuruluşlar iyi hizmet sunmaktadırlar	3,47	0,821	0,752	
Transfer hizmetleri iyidir	3,63	0,929	0,787	
Çevirmenler bulunmaktadır	3,90	0,856	0,684	

Tablo 2. Seyahat Motivasyonu ve Memnuniyet Ölçeği Açıklayıcı Faktör Analizi (devamı)

Memnuniyet	4,13	0,644	
Diş kliniği tarafından sunulan diş hekimliği hizmetleri bilgilendirilmesinden memnunum	4,01	1,120	0,717
Diş ziyaretim için yapılan randevu planlamasından memnunum	4,22	0,907	0,785
Sunulan diş tedavisi hizmetlerinden genel olarak memnunum	4,27	0,817	0,817
Diş tedavisi öncesi bekleme süresinden memnunum	4,16	0,745	0,815
Muayene odasındaki tedavi de kullanılan diş ekipmanlarının kalitesinden memnunum	4,09	1,010	0,805
Diş hekiminin yetkinliği ve niteliğinden (yeteneğinden)memnunum	4,26	0,780	0,860
Diş muayenesinin kapsamından memnunum	4,32	0,785	0,878
Diş hekiminin profesyonel tutumundan memnunum	4,31	0,796	0,855
Diş hekiminin tedavi seçenekleri hakkındaki açıklamalarından memnunum	4,32	0,816	0,832
Diş hekimi tarafından ağız ve diş sağlığı hakkında verilen tavsiyelerden memnunum	4,29	0,823	0,839
Diş hekiminin aldığı tedavi öncesi fiyatla ilgili açıklamalarından memnunum	4,32	0,827	0,827
Diş kliniği personelinin nezaketi/iletişiminden memnunum	4,20	0,881	0,817
Diş kliniğinin dekor ve dizaynından memnunum	4,33	0,787	0,649
Diş kliniğinin kalabalığından memnunum	3,05	1,419	0,811
Diş kliniğinin güvenliğinin memnunum	3,44	0,845	0,648
Diş kliniğinin temizliğinden memnunum	4,38	0,778	0,686
Total Varyans %			72,317
Keiser-Meyer-Olkin (KMO)			0,860

Korelasyon Analizi

Yapılar arasındaki korelasyon katsayısının 0,70'in altında olması, modelde çoklu doğrusal sorununa işaret etmemektedir. Değişkenler arasındaki korelasyon değerlerinin 0,70'in altında kalması ve istatistiksel olarak anlamlı ilişkiler göstermesi, yapılar arası ayırım geçerliliğinin sağlandığını ortaya koymaktadır (Hair vd., 2017).

Tablo 3. Korelasyon Analizi

Değişkenler	1	2	3	4	5	6
1. Bilgi Erişimi	1	0,484	0,510	0,691	0,564	0,475
2. Hizmet kalitesi		1	0,585	0,328	0,552	0,539
3.Maliyet -Tasarruf			1	0,198	0,570	-0,286
4.Kültürel Benzerlik				1	0,300	0,321
5.Destek Hizmetleri					1	0,655
6.Memnuniyet						1

Korelasyon 0,01 düzeyinde anlamlıdır.

Korelasyon analizi sonuçlarına göre, memnuniyet ile bilgi erişimi, hizmet kalitesi, kültürel benzerlik ve destek hizmetleri arasında pozitif yönlü, maliyet-tasarruf ile negatif bir ilişki tespit edilmiştir ($p < 0.001$)(Tablo 3).

Tablo 4. Çoklu regresyon analizi sonuçları

Değişkenler	B	SH	β	t	p
Sabit	0,843	0,154		5,478	0.000*
Bilgi Erişimi	0,123	0,033	0,138	3,679	0,000
Hizmet kalitesi	0,266	0,056	0,215	4,725	0,000
Maliyet-Tasarruf	-0,184	0,043	-0,195	-4,320	0,000
Kültürel Benzerlik	0,157	0,031	0,184	5,097	0,000
Destek Hizmetleri	0,512	0,036	0,564	4,148	0,000
Adjusted R²=0.550		F=129.865		p=0.000	
Bağımlı Değişken: Memnuniyet					

Çoklu doğrusal regresyon analizi ile memnuniyet ve etkileyen faktörler incelenmiştir. Analiz sonuçlarına göre regresyon modeli istatistiksel olarak anlamlı bulunmuş ($F(5,522) = 129.865$, $p < 0.001$). Bağımsız değişkenlerin (bilgi

erişimi, hizmet kalitesi, maliyet tasarruf, kültürel benzerlik, destek hizmetleri) i memnuniyetteki değişimin %55'ini açıkladığı belirlenmiştir ($R^2=0.550$). Bu sonuçlara göre, memnuniyetin bilgi erişimi, hizmet kalitesi, kültürel benzerlik ve destek hizmetlerinden pozitif yönlü, maliyet-tasarruftan negatif yönlü etkilendiği tespit edilmiştir. Bağımsız değişkenlerin göreceli önem derecesine (β) göre sıralanması; destek hizmetleri ($\beta=0,564$), hizmet kalitesi ($\beta=0,215$), maliyet-tasarruf ($\beta=-0,195$), kültürel benzerlik ($\beta=0,184$) ve bilgi erişimidir ($\beta=0,138$) (Tablo 4).

Tartışma

Türkiye’de dental turizm ile ilgili çok az sayıda akademik çalışma yapılmıştır (Aydın & Işık, 2023; Gönül & İçöz, 2020; Kaçmaz & Kahveci, 2016; Kanca & Kaya, 2023). Medikal turizmde dünyada ilk 10 destinasyon arasında gösterilen Türkiye’nin medikal turizm ve alt dalları ile ilgili daha çok akademik çalışma yapılmasına ihtiyaç vardır (Farukh vd., 2022). Bu sebeple bu çalışma literatüre önemli bir katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Çalışma sonucunda dental turistlerin %40’ının 31-45 yaş aralığında olduğu, %93,20’sinin kendi imkânı ile ve %69,50’sinin tatil amaçlı Türkiye’ye geldikleri belirlenmiştir. Ayrıca dental turistlerin %78,20’si Türkiye’deki diş sağlığı hizmetleriyle ilgili bilgilere arkadaş ve tanıdık tavsiyesi ile ulaşmıştır. Kanca ve Kaya (2023) tarafından Trabzon ilinin dental turizm potansiyelini belirlemeye yönelik yapılan çalışmada katılımcıların %37,2’sinin 26-39 yaş aralığında olduğu belirlenmiştir. Yine aynı çalışmada katılımcıların %36,80’inin dental turizm faaliyetleriyle ilgili bilgilere arkadaş tavsiyesiyle ulaşmıştır (Kanca & Kaya, 2023). Didim bölgesinden dental turizm hizmeti alan uluslararası hastalarla yapılan çalışmada da katılımcıların %33’ünün 43-53 yaşa aralığında olduğu ve %60,7’sinin akraba veya arkadaşları ile beraber sağlık hizmeti aldığı belirlenmiştir (Gönül & İçöz, 2020). Yeoh ve arkadaşları (2013), sağlık hizmetlerinde riskin en aza indirilmesi ve bilgi edinilmesi sürecinde en önemli kaynaklardan birinin arkadaş ve akraba tavsiyeleri olduğunu ortaya koymuştur (Yeoh vd., 2013). Lwin ve arkadaşları (2021), Taheri ve arkadaşları (2020) ve Musa ve arkadaşları (2012), özellikle arkadaş ve akrabalarından gelen ağızdan ağıza tavsiyelerin, etkili bir risk azaltma ve komplikasyonlardan korunma stratejisi olarak işlev gördüğünü ileri sürmektedir (Lwin vd., 2021; Musa vd., 2012). Benzer şekilde, Turner (2008), Barrowman ve arkadaşları (2010) ile Abubakar (2016), ağızdan ağıza iletişimin medikal turizm ve özellikle diş sağlığı turizmi açısından son derece etkili bir tanıtım aracı olduğunu vurgulamaktadır (Abubakar & Ilkan, 2016; Barrowman vd., 2010; Turner, 2008).

Çalışmada dental turistlerin sırasıyla en çok Irak, Almanya, İngiltere, Norveç ve Azerbaycan’dan geldikleri tespit edilmiştir. Samsun’da medikal turistlerle yapılan çalışmalarda medikal tursitlerin daha çok Almanya, Irak, Gürcistan ve Azerbaycan’dan geldikleri tespit edilmiştir (Akbar vd., 2021; Y. Demir, 2024b). Trabzon’da medikal turistlerle yapılan çalışmada katılımcıların en çok Azerbaycan, Gürcistan ve Suudi Arabistan’dan geldikleri belirlenmiştir (25). Didim’de yapılan çalışmada en çok İngiltere’den dental turist gelirken, Alanya’da yapılan çalışmada en çok dental turist Norveç’ten gelmiştir (Gönül & İçöz, 2020; Kaçmaz & Kahveci, 2016). Bu çalışmanın yapıldığı bölgeler dikkate alındığından sonuçların daha önce yapılan çalışma sonuçları ile paralel olduğu ve USHAŞ (2024) verileri ile benzerlik gösterdiği ifade edilebilir (USHAŞ, 2024).

Çalışmada, katılımcıların %42,7’sinin fiyat avantajı nedeniyle Türkiye’de dental turizm hizmeti aldıkları belirlenmiştir. Tanrısevdi ve Işık (2020) tarafından Macaristan ve Türkiye’deki diş sağlığı hizmetlerinin fiyatlarının karşılaştırıldığı çalışmada, Türkiye’deki fiyatların daha uygun olduğu ve bu sebeple dental turistler tarafından daha çok tercih edildiği tespit edilmiştir (Tanrısevdi & Işık, 2020). Benzer şekilde Kaçmaz ve Kahveci (2016) tarafından yapılan çalışmada da aynı sonuca ulaşılmıştır (Kaçmaz & Kahveci, 2016). Yine Aydın ve Işık (2023) tarafından

yapılan çalışmada ise Türkiye'deki diş sağlığı hizmet fiyatlarının Meksika, Hindistan ve Macaristan'dan daha uygun olduğunu belirlemişlerdir (Aydın & Işık, 2023). Hasta memnuniyetinde maliyet tasarrufu önemli bir etken olup, uygun fiyatlı diş bakımı, şeffaf ücretlendirme ve ödeme kolaylığı gibi unsurlar hizmet kalitesine anlamlı katkı sağlamaktadır. Literatürde, uygun maliyet ve diş bakımına erişilebilirliğin dental turizmin yaygınlaşmasında temel nedenler olduğu vurgulanmaktadır (Akbar vd., 2021). Bu sonuçlardan yola çıkarak Türkiye'deki diş sağlığı hizmet fiyatlarının aynı pazardaki diğer rakiplerine göre daha uygun olduğu ve bu nedenle dental turizmde tercih edildiği ifade edilebilir.

Çalışmanın bir diğer sonucunda, dental turistlerin %99,80'inin aldıkları hizmeti başkalarına tavsiye edeceklerini ifade etmişlerdir. Bu sonuç dental turistlerin aldıkları hizmetten memnun oldukları şeklinde yorumlanabilir. Jaapar ve arkadaşları (2017) ve Taheri ve arkadaşları (2021) medikal turizmde memnuniyetin, sağlık hizmetinin değerlendirilmesinde kullanılan temel bir unsur olduğunu ifade etmişlerdir (Jaapar vd., 2017; Taheri vd., 2021). Hizmet kalitesi, uzun vadeli büyüme ve kârlılığın temel göstergelerinden biri olarak kabul edilmektedir. Bu bağlamda, hizmet sağlayıcıların, hizmet kalitesini ve hasta memnuniyetini artırarak tüketici güvenini tesis etmeleri gerekmektedir (Gong vd., 2015). Hizmet kalitesine ilişkin algısı yüksek olan hastalar, sunulan hizmetlerden daha yüksek düzeyde memnuniyet duymakta, tıbbi hizmet sunan klinik ya da hastanelere daha güçlü bir sadakat sergilemekte ve bu kuruluşları başkalarına tavsiye etmektedirler (Akbar vd., 2020; Marković vd., 2014; Peručić, 2019).

Çalışmada, memnuniyetinin bilgi erişimi, hizmet kalitesi, kültürel benzerlik ve destek hizmetlerinden pozitif yönlü, maliyet ve tasarruftan negatif yönlü etkilendiği belirlenmiştir. Jaapar ve arkadaşları (2017) tarafından yapılan çalışmada, diş sağlığı turistlerinin en önemli motivasyonlarının diş bakım kalitesi, diş sağlığı bilgilerine erişim ve maliyet olduğu tespit edilmiştir (Jaapar vd., 2017). Almanya'da Panteli ve arkadaşları (2015) tarafından yapılan çalışmada ise diş sağlığı turistlerinin en önemli motivasyonlarının maliyet, tedavi deneyimi ve sağlık hizmeti sunucusuna duyulan güven olduğu tespit edilmiştir (Panteli vd., 2015). Demir ve arkadaşları (2020) ve Demir (2024) tarafından Samsun'da sağlık hizmeti alan medikal turistlerle yapılan çalışmalarda kültürel ve dini benzerliğin medikal turizmde destinasyon seçiminin en önemli etkenlerinden biri olduğu belirlenmiştir (Demir, 2024; Demir vd., 2020). Akbar ve arkadaşları (2021) tarafından gerçekleştirilen çalışmada, dental turizm kapsamında diş sağlığı hizmeti memnuniyeti ile bilgiye erişim, hizmet kalitesi, maliyet tasarrufu, kültürel benzerlikler ve destekleyici hizmet sistemleri arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Araştırma bulgularına göre, hizmet kalitesi ve bilgiye erişim ile memnuniyet düzeyi arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiş; ancak kültürel benzerliğin memnuniyet düzeyi ile anlamlı bir ilişki göstermediği sonucuna varılmıştır (Akbar vd., 2021).

Sonuç ve Öneriler

Bu çalışma, Türkiye'de dental turizm kapsamında hizmet alan uluslararası hastaların memnuniyet düzeylerini ve bu memnuniyeti etkileyen belirleyici faktörleri analiz etmeyi amaçlamıştır. Araştırma sonucunda elde edilen bulgular, hasta memnuniyetinin çok boyutlu bir yapıya sahip olduğunu ve özellikle destek hizmetleri, hizmet kalitesi, bilgi erişimi ve kültürel benzerliğin memnuniyet düzeyi üzerinde anlamlı ve pozitif etkiler yarattığını ortaya koymuştur. Buna karşılık, maliyet-tasarruf değişkeni ile memnuniyet arasında negatif bir ilişki tespit edilmiştir. Bu durum, yalnızca düşük fiyat sunmanın hasta memnuniyeti açısından yeterli olmadığını; kalite algısı, şeffaflık ve değer hissi ile desteklenmesi gerektiğini göstermektedir.

Teorik açıdan değerlendirildiğinde, çalışma sonuçları sağlık hizmetlerinde memnuniyeti etkileyen faktörlere ilişkin mevcut literatüre önemli katkılar sunmaktadır. Hizmet kalitesi, bilgiye erişim ve destekleyici unsurların memnuniyet üzerindeki belirleyici etkisi, hasta merkezli bakım anlayışını desteklemekte; kültürel benzerliğin göreceli etkisinin sınırlı düzeyde kalması ise literatürdeki bazı bulgularla karşılaştırmalı bir değerlendirme imkânı sağlamaktadır. Ayrıca, maliyet unsurunun negatif yöndeki etkisi, fiyat algısının kalite algısıyla etkileşim içinde değerlendirilmesi gerektiğine işaret etmektedir.

Uygulamaya yönelik olarak, sağlık turizmi alanında faaliyet gösteren hizmet sağlayıcıların hasta memnuniyetini artırmak amacıyla çok yönlü stratejiler geliştirmeleri gerekmektedir. Özellikle hasta deneyimini doğrudan etkileyen çevirmenlik, transfer ve konaklama gibi destek hizmetlerinin kalitesi artırılmalıdır. Bilgiye erişim konusunda dijital platformlar etkin biçimde kullanılmalı; sosyal medya, web siteleri ve çevrim içi danışmanlık kanalları aracılığıyla şeffaf ve tatmin edici bilgiler sunulmalıdır. Bununla birlikte, hastaların memnuniyet düzeylerini artıracak ağızdan ağıza iletişimi destekleyici mekanizmalar geliştirilmesi, potansiyel hastalar açısından güven oluşturacaktır. Fiyat avantajının vurgulandığı tanıtım faaliyetlerinde ise, düşük maliyetli hizmetlerin yüksek kalite ile desteklendiği açık bir şekilde ifade edilmelidir.

Sonuç olarak, dental turizm hizmetlerinin rekabet gücünü artırmak ve sürdürülebilir bir yapı kurmak için, sadece klinik hizmetlerin değil; bilgi, iletişim, kültürel uygunluk ve destek hizmetlerinin bütüncül bir yaklaşımla ele alınması gerekmektedir. Bu çalışma, Türkiye'nin dental turizm alanındaki potansiyelini daha etkili şekilde değerlendirebilmesi için gerek teorik gerekse uygulamalı düzeyde yol gösterici niteliktedir.

Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu çalışma, Türkiye'de dental turizm hizmeti alan uluslararası hastaların memnuniyet düzeylerini belirlemeye yönelik önemli bulgular sunmakla birlikte, bazı sınırlılıklar içermektedir. Öncelikle, araştırma yalnızca dört il (İstanbul, Antalya, Samsun ve Trabzon) ile sınırlı tutulmuştur. Bu durum, Türkiye genelindeki dental turizm faaliyetlerinin tamamını yansıtmada sınırlı bir genelleme yapılmasına neden olabilir. Ayrıca, çalışmanın örneklemini yalnızca sağlık turizmi yetki belgesine sahip özel sağlık kurumları ile sınırlı olup, kamu sağlık kurumlarında sunulan dental turizm hizmetlerini kapsamamaktadır. Bir diğer sınırlılık, araştırma verilerinin öz bildirim yöntemiyle toplanmış olmasıdır. Bu durum, katılımcıların yanıtlarında sosyal kabul yanlılığı veya hatırlama yanlılığı gibi önyargıların oluşmasına neden olabilir. Ayrıca, çalışmada kullanılan veri toplama aracı, belirli bir dönemdeki hasta deneyimlerine dayalıdır ve zaman içinde değişebilecek memnuniyet düzeylerini yansıtmayabilir. Son olarak, kültürel farklılıkların yorumlanmasında derinlemesine nitel veri kullanılmamış olması, bulguların bağlamsal analizini sınırlamaktadır. Gelecek çalışmalarda farklı bölgeleri kapsayan, kamu-özel karşılaştırmalı ve karma yöntemli araştırmalar yapılması önerilmektedir.

Beyan

Makalenin tüm yazarlarının makale sürecine verdikleri katkı eşittir. Yazarların bildirmesi gereken herhangi bir çıkar çatışması yoktur. Çalışma için, Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi Rektörlüğü Tıp Fakültesi Klinik Araştırmalar Etik Kurulu'ndan 19.12.2020 tarih ve 25-26 karar sayılı yazılı izin alınmıştır.

KAYNAKÇA

- Abubakar, A. M., & Ilkan, M. (2016). Impact of online WOM on destination trust and intention to travel: A medical tourism perspective. *Journal of Destination Marketing & Management*, 5(3), 192-201. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2015.12.005>
- Adams, K. , Snyder, J. , & Crooks, V. A. (2017). The perfect storm: What's pushing Canadians abroad for dental care? . *J. Can. Dent. Assoc*, 83(10), 1-6.
- Akbar, F. H., Pasiga, B. D., Samad, R., Rivai, F., Abdullah, A. Z., Awang, A. H., & Pratiwi, D. (2020). The Relationship between Service Quality, Culture Similarity to Satisfaction and Loyalty of Medical (Dental) Tourism. *Systematic Reviews in Pharmacy*, 11(8), 19-30.
- Akbar, F. H., Rivai, F., Abdullah, A. Z., & Awang, A. H. (2021). Relationship between information access, service quality, costs saving, cultural similarity and supporting service towards medical (dental) tourism patients' satisfaction. *Journal of Dentomaxillofacial Science*, 6(1), 31. <https://doi.org/10.15562/jdmfs.v6i1.1106>
- Aydın, A., & Işık, C. (2023). Dental Turizm Kapsamında Önde Gelen Ülkelerin Whatclinic ile incelenmesi; Türkiye, Meksika, Macaristan ve Hindistan Örneği. *Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*. <https://doi.org/10.58455/cutsad.1276891>
- Bagga, T., Vishnoi, S. K., Jain, S. , & Sharma, R. (2020). Medical tourism: treatment, therapy & tourism. *Int J Sci Technol Res*, 9, 4447-4453.
- Barrowman, R., Grubor, D., & Chandu, A. (2010). Dental implant tourism. *Australian Dental Journal*, 55(4), 441-445. <https://doi.org/10.1111/j.1834-7819.2010.01267.x>
- Connell, J. (2013). Contemporary medical tourism: Conceptualisation, culture and commodification. *Tourism Management*, 34, 1-13. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.05.009>
- Çelik Elif. (2018). Açıklayıcı Faktör Analizi. *Journal of Economy Culture and Society*, 291-294. <https://doi.org/10.26650/JECS423434>
- Dag, E., Demir, Y., Kilinc, Z. A., & Yazicioglu, B. (2024). Perception of medical tourism image from the perspective of healthcare professionals: The case of Turkey. *Journal of Tourism Management Research*, 11(1), 38-48. <https://doi.org/10.18488/31.v11i1.3700>
- Demir, Y. (2024). Destination Image and Revisit Intention Relationship from the Perspective of Diaspora Medical Tourists Receiving Health Services in Samsun: A Cross-Sectional Study. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*. <https://doi.org/10.21325/jotags.2024.1508>
- Demir, Y. , Oruç, P. , Baştürk, Y. A. , & Övey, İ. S. . (2020). Medikal turistlerin tercih nedenleri: Samsun ili örneği. *Turizm Ekonomi ve İşletme Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 18-30.
- Demir, Y., Dag, E., Aydın Kılınç, Z., Karakuş, P., & Özpınar, S. (2024). Hospital brand ıage and determinants in medical tourism: The case of Samsun. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 53(2), 413-420. <https://doi.org/10.30892/gtg.53204-1216>

- Demir, Y., Oruç, P., Baştürk, Y. A., & Övey, İ. S. (2020). Medikal turistlerin tercih nedenleri: Samsun ili örneği. *Turizm Ekonomi ve İşletme Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 18-30.
- Demir, Y., & Özpınar, S. (2024). The Relationship Between Body Image Perception, Quality of Life and Patient Satisfaction in Medical Tourists Undergoing Obesity Surgery. *International Journal of Health Management and Tourism*. <https://doi.org/10.31201/ijhmt.1422564>
- Dhama, K. (2016). Global Tourist Guide to Oral Care - A Systematic Review. *Journal of Clinical and Diagnostic Research : JCDR*, 10(9), 1-4. <https://doi.org/10.7860/JCDR/2016/19438.8408>
- Farrukh, M., Shahzad, I. A., Sajid, M., Sheikh, M. F., & Alam, I. (2022). Revisiting the intention to travel framework in the perspective of medical tourism: The role of eWord-of-mouth and destination image. *International Journal of Healthcare Management*, 15(1), 28-35. <https://doi.org/10.1080/20479700.2020.1836733>
- Forbes. (2016). The most profitable industries in 2016. <http://www.forbes.com/sites/liyanchen/2022/12/21/the-most-profitable-industries-in-2016/#72b7cfed7a8b>.
- Gong, J.-H., Xie, L.-S., Peng, J.-M., & Guan, X.-H. (2015). Customer responses to integrity issues for travel services in China. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 27(2), 199-213. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-01-2013-0054>
- Goretzko, D., Pham, T. T. H., & Bühner, M. (2021). Exploratory factor analysis: Current use, methodological developments and recommendations for good practice. *Current Psychology*, 40(7), 3510-3521. <https://doi.org/10.1007/s12144-019-00300-2>
- Gönül, E., & İçöz, O. (2020). Dental turistlerin destinasyon ziyaret motivasyonları ve Didim örneği. *Turizm Akademik Dergisi*, 7(1), 195-208.
- Gürbüz, S., & Şahin, F. (2014). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık,.
- Hair, J. J. , Hult, G. T. M. , Ringle, C. M. , & Sarstedt, M. ., (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling* (Second). Sage.
- Hunjet, A. , Kustelega, L. , & Kozina, G. ., (2018). *Development of dental tourism in croatia. Economic and Social Development: Book of Proceedings*, 307-325.
- Jaapar, M., Musa, G., Moghavvemi, S., & Saub, R. (2017). Dental tourism: Examining tourist profiles, motivation and satisfaction. *Tourism Management*, 61, 538-552. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.02.023>
- Kaçmaz, Y. Y., & Kahveci, A. (2016). Dental turistlerin dental turizm deneyimlerine yönelik bir araştırma: Alanya örneği. *Journal of International Social Research*, 9(43), 1899-1908.
- Kanca, S., & Kaya, M. C. (2023). Trabzon ilinin dental turizm potansiyelinin belirlenmesi: Diş hekimleri ve seyahat acenteleri üzerine nicel bir araştırma. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 13(4), 2057-2076. <https://doi.org/10.30783/nevsosbilen.1281433>
- Kesar, O. , & Mikulić, J. ., (2017). Medical tourist satisfaction and dissatisfaction with dental care services: An exploratory case study. Paper presented at the 4th International Scientific Conference ToSEE-Tourism in Southern and Eastern Europe.

- Kim, S., Arcodia, C., & Kim, I. (2019). Critical Success Factors of Medical Tourism: The Case of South Korea. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(24), 4964. <https://doi.org/10.3390/ijerph16244964>
- Kovacs, E., & Szocska, G. (2013). “Vacation for your teeth” – dental tourists in Hungary from the perspective of Hungarian dentists. *British Dental Journal*, 215(8), 415-418. <https://doi.org/10.1038/sj.bdj.2013.995>
- Labonte, R. ., (2013). Medical Tourism Today: What, Who, Why and Where? *Transdisciplinary Studies in Population Health Series*, 4(1), 6-42.
- 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.
- Lwin, H. N. N., Punnakitikashem, P., & Thananusak, T. (2021). The level and determinants of international patient satisfaction with dental tourism in Bangkok, Thailand. *Cogent Business & Management*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1898316>
- Marcus, K., Balasubramanian, M., Short, S., & Sohn, W. (2023). Barriers and facilitators to dental care among culturally and linguistically diverse carers: A mixed-methods systematic review. *Community Dentistry and Oral Epidemiology*, 51(2), 327-344. <https://doi.org/10.1111/cdoe.12745>
- Marković, S., Lončarić, D., & Lončarić, D. (2014). Service quality and customer satisfaction in the health care industry - towards health tourism market. *Tourism and Hospitality Management*, 20(2), 155-170. <https://doi.org/10.20867/thm.20.2.1>
- Milosevic, A. (2009). Dental Tourism - A Global Issue? . *Journal of Esthetic and Restorative Dentistry*, 21(5), 289-291.
- Moghavvemi, S., Mogan, K., & Ghazali, E. M. (2023). The Issue, Challenges and Risk of Post- Surgery Treatment Abroad Among Medical Tourists from Doctors’ Perspective. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 1-32. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2023.2262142>
- Musa, G., Thirumoorthi, T., & Doshi, D. (2012). Travel behaviour among inbound medical tourists in Kuala Lumpur. *Current Issues in Tourism*, 15(6), 525-543. <https://doi.org/10.1080/13683500.2011.626847>
- Oltean, F. D., Gabor, M. R., Stăncioiu, A.-F., Kardos, M., Kiss, M., & Marinescu, R. C. (2020). Aspects of Marketing in Dental Tourism—Factor of Sustainable Development in Romania. *Sustainability*, 12(10), 4320. <https://doi.org/10.3390/su12104320>
- Österle, A., Balázs, P., & Delgado, J. (2009). Travelling for teeth: characteristics and perspectives of dental care tourism in Hungary. *British Dental Journal*, 206(8), 425-428. <https://doi.org/10.1038/sj.bdj.2009.308>
- Panteli, D., Augustin, U., Röttger, J., Struckmann, V., Verheyen, F., Wagner, C., & Busse, R. (2015). Informed consumer or unlucky visitor? A profile of German patients who received dental services abroad. *Community Dentistry and Oral Epidemiology*, 43(5), 415-423. <https://doi.org/10.1111/cdoe.12164>

- Peručić, D. (2019). Limitations and development opportunities of dental tourism: The case of Croatia. *Econviews : Review of Contemporary Entrepreneurship, Business, and Economic Issues*, 32(1), 93-104.
- Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2016). *Research Methods for Business Students*.
- Schreiber, J. B. (2021). Issues and recommendations for exploratory factor analysis and principal component analysis. *Research in Social and Administrative Pharmacy*, 17(5), 1004-1011. <https://doi.org/10.1016/j.sapharm.2020.07.027>
- Taheri, B., Chalmers, D., Wilson, J., & Arshed, N. (2021). Would you really recommend it? Antecedents of word-of-mouth in medical tourism. *Tourism Management*, 83, 104209. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104209>
- Tanrısevdi, A., & Işık, C. (2020). Bir hedef pazar seçeneği olarak alman dental turistler açısından Türkiye ve Macaristan’ daki dental tedavi fiyatlarının karşılaştırılması. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(3), 328-348.
- Toni, M., Jithina, K. K., & Thomas, K. V. (2024). Antecedents of patient satisfaction in the medical tourism sector: a review. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 7(4), 2273-2286. <https://doi.org/10.1108/JHTI-08-2022-0351>
- Turner, L. (2008). Cross-border dental care: “dental tourism” and patient mobility. *British Dental Journal*, 204(10), 553-554. <https://doi.org/10.1038/sj.bdj.2008.403>
- USHAŞ. (2024). Sağlık turizmi verileri. <https://www.ushas.com.tr/saglik-turizmi-verileri/>.
- Yeoh, E., Othman, K., & Ahmad, H. (2013). Understanding medical tourists: Word-of-mouth and viral marketing as potent marketing tools. *Tourism Management*, 34, 196-201. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.04.010>

The Dynamics of Dental Tourism in Türkiye: A Study on Motivation and Satisfaction

Erhan DAĞ

Kütahya Health Sciences University, Gediz Vocational School of Health Services, Kütahya/Türkiye

Zeynep Aydın KILINÇ

Alanya Alaaddin Keykubat University, Graduate School of Education, Antalya/Türkiye

Yaşar DEMİR

Samsun Training and Research Hospital, Statistics Unit, Samsun/Türkiye

Nurperihan TOSUN

Sivas Cumhuriyet University, Faculty of Health Sciences, Sivas/Türkiye

Extended Abstract

The aim of this study is to analyze the satisfaction of international patients who have received dental tourism services in Turkey and to identify the key factors that influence satisfaction. Dental tourism has grown rapidly in recent years as a field of interest for both service providers and service recipients, attracting attention particularly due to its affordable prices, high quality services, short waiting times, and supportive service elements. In this context, the study was conducted in private healthcare institutions with health tourism authorization in Istanbul, Antalya, Samsun and Trabzon throughout 2023. Survey data obtained from 528 international patients selected through random sampling were analyzed using SPSS 26.0 software.

The study used a travel motivation and satisfaction scale consisting of six dimensions: access to information, service quality, cost savings, cultural similarity, support services, and satisfaction. The results indicate that support services have the greatest impact on patient satisfaction, followed by service quality, cultural similarity, and information access. The cost saving dimension was found to have a negative relationship with satisfaction. According to the results of the multiple regression analysis, the independent variables explain 55% of the variance in patient satisfaction ($R^2=0.550$).

78.2% of the participants indicated that they found the clinics through recommendations from friends and relatives; 99.8% indicated that they would choose the service again and recommend it to others. The countries with the highest number of dental tourists are Iraq, Germany, United Kingdom, Norway and Azerbaijan. The research findings suggest that Turkey should develop a comprehensive strategy that focuses not only on price advantages but also on service quality, effective communication, cultural adaptation, and support services to increase its competitiveness in dental tourism.

This study contributes to the dental tourism literature by identifying the factors that influence patient satisfaction from a theoretical perspective, while providing practical recommendations for policy makers and service providers. However, the study was conducted in private healthcare facilities in only four provinces, which limits the generalizability of the findings. Future studies comparing public and private institutions and supported by qualitative data are recommended.

Ek 1. Etik Kurul İzni

		T.C. ALANYA ALAADDİN KEYKUBAT ÜNİVERSİTESİ TIP FAKÜLTESİ KLİNİK ARAŞTIRMALAR ETİK KURULU (ALKÜ-KAEK) KARARI		
		ETİK KURUL BİLGİLERİ	ETİK KURULUN ADI	Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi Tıp Fakültesi Klinik Araştırmalar Etik Kurulu
			AÇIK ADRESİ:	Kestel Mahallesi Konya Çimento Caddesi no:80 Alanya / ANTALYA
			TELEFON	02425106135
			FAKS	02425106139
	E-POSTA	tip@alanya.edu.tr		

PROJE YÜRÜTÜCÜSÜ UNVANI/ADI/SOYADI	Dt. Zeynep AYDIN KILINÇ
ARAŞTIRMANIN AÇIK ADI	Türkiye'de Dental Turizm Üzerine Bir Araştırma
DESTEKLEYİCİ	

KARAR BİLGİLERİ	Karar No: 25-26	Tarih: 19/11/20
	Yukarıda bilgileri verilen başvuru dosyası ile ilgili belgeler araştırmanın/çalışmanın gerekçe, amaç, yaklaşım ve yöntemleri dikkate alınarak incelenmiş ve uygun bulunmuş olup araştırmanın/çalışmanın başvuru dosyasında belirtilen merkezlerde gerçekleştirilmesinde etik ve bilimsel sakınca bulunmadığına toplantıya katılan etik kurul üye tam sayısının salt çoğunluğu ile karar verilmiştir. - Çalışmanın sonucunu Etik Kurulumuza bildirmeniz önemle rica olunur.	