



T.C.

ALANYA ALAADDİN KEYKUBAT ÜNİVERSİTESİ

LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

SAĞLIK TURİZMİ ANA BİLİM DALI

SAĞLIK TURİZMİ KAPSAMINDA DENTAL TURİZM
PAZARINA ALANYA ÖRNEĞİ

Yüksek Lisans Tezi

Yeşim ULU

Danışman
Doç. Dr. Seda ARSLAN

ALANYA
2024

T.C.
ALANYA ALAADDİN KEYKUBAT ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

SAĞLIK TURİZMİ KAPSAMINDA DENTAL TURİZM PAZARINA ALANYA
ÖRNEĞİ

Yüksek Lisans Tezi

Yeşim ULU

Sağlık Turizmi Anabilim Dalı

Sağlık Turizmi Programı

Danışman

Doç. Dr. Seda ARSLAN

ALANYA

2024

ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ

Bu tezin bana ait, özgün bir çalışma olduğunu; çalışmamın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgilerin sunumu olmak üzere tüm aşamalarında bilimsel etik ilke ve kurallara uygun davrandığımı; bu çalışma kapsamında elde edilemeyen tüm veri ve bilgiler için kaynak gösterdiğimi ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi; bu çalışmamın Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi tarafından kullanılan “bilimsel intihal tespit programıyla tarandığını ve “intihal içermediğini” beyan ederim. Herhangi bir zamanda, çalışmamla ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçlara razı olduğumu bildiririm.

.....

(İmza)

Yeşim ULU

TEŞEKKÜR

Bu tezin hazırlanmasının her aŐamasında bana samimiyetiyle gŖven veren, bilgisiyle rehberlik yapan danıŐmanım Sayın Doç. Dr. Seda ARSLAN hocama sonsuz teŐekkŖrlerimi sunarım.

Aynı zamanda bu çalışmamın gerçekleŐmesinde yardımcı olan Dr. Öğr. Őyesi Fikret IŞIK'a, Öğr. GŖr. Halime ŐZAL'a, Öğr. GŖr. Diren DOĞAN'a, kıymetli dostlarıma, her zaman beni destekleyen sevgili aileme, eŐime ve kızım Zeynep ULU'ya teŐekkŖr ederim.

Yeşim ULU

ÖZET

SAĞLIK TURİZMİ KAPSAMINDA DENTAL TURİZM PAZARINA ALANYA ÖRNEĞİ

Yeşim ULU

Sağlık Turizmi Ana Bilim Dalı

Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü,

Ağustos, 2024 (63 Sayfa)

Dental turizm sürdürülebilir turizm türleri içerisinde Alanya'nın stratejik rekabet üstünlüğüne sahip olabileceği bir alandır. Bu çalışmanın amacı; Alanya'nın dental turizm potansiyeli, tüketici profili, mevcut uygulamalar ve hedef pazar özelliklerini belirlemek amacı ile yapılmış tanımlayıcı bir araştırmadır. Yapılan saha araştırmasında nicel veriler anket aracılığıyla toplanmıştır. Sağlık Bakanlığı'nın sağlık turizmi ile ilgili web sayfasından edinilen listede Alanya'da 40 özel kliniğin faaliyet gösterdiği görülmektedir. Bu kliniklerin tam sayım yöntemi ile tamamına anket formu gönderilmiş, ancak 20 klinik ankete katılım sağlamıştır. Araştırma sonucunda Alanya'da dental turizm alanında bir yapılanma olduğu ve kliniklerin sağlık turizmine yöneldiği ortaya çıkmıştır. Dental turizm alanında yakalanan başarının sürdürülebilmesi için fiyat rekabetinden ziyade kalite ve sertifikalandırmaya odaklanılması önerilmektedir. Böylelikle Alanya, dental turizm alanı olarak sağlık turizmi kapsamında önemli bir yere sahip olma yolunda ilerleyebilecektir.

Anahtar Sözcükler: Sağlık turizmi, dental turizm, Alanya

ABSTRACT

THE EXAMPLE OF ALANYA TO DENTAL TOURISM MARKET WITHIN THE SCOPE OF HEALTH TOURISM

Yeşim ULU

Department of Health Tourism

Graduate School of Alanya Alaaddin Keykubat University,

August, 2024 (Pages 63)

Dental tourism is an area where Alanya can have a strategic competitive advantage among sustainable tourism types. The aim of this study is a descriptive research conducted to determine the characteristics of Alanya's dental tourism potential consumer profile existing practices target market characteristics. In the list obtained from the Ministry of Health's web page on health tourism, it is seen that 40 private clinics operate in Alanya. A questionnaire was sent to all of these clinics with the complete census method and 20 clinics participated in the survey. As a result of the research, it was revealed that there is a structuring in the field of dental tourism in Alanya and the clinics are oriented towards health tourism. In order to maintain the success achieved in the field of dental tourism, it is recommended to focus on quality and certification rather than price competition. Thus, Alanya is on its way to having an important place within the scope of health tourism as a dental tourism area.

Keywords: Health tourism, dental tourism, Alanya

İÇİNDEKİLER

JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI.....	i
ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ	ii
TEŞEKKÜR.....	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT.....	v
İÇİNDEKİLER	vi
TABLolar LİSTESİ	viii
ŞEKİLLER LİSTESİ	ix
SİMGELER VE KISALTMALAR.....	x
1. GİRİŞ.....	1
2. LİTERATÜR.....	2
2.1. Sağlık Turizmi Kavramı.....	2
2.2. Sağlık Turizminin Tarihsel Gelişimi	3
2.2.1 Dünya’da sağlık turizmi.....	4
2.2.2. Türkiye’de sağlık turizmi.....	4
2.3. Sağlık Turizmi Çeşitleri	7
2.3.1. Termal turizm-Spa (Wellness turizmi)	8
2.3.2. Engelli turizmi.....	11
2.3.3. Yaşlı turizmi	11
2.3.4. Medikal turizm.....	12
2.3.4.1. Dental turizm	13
2.4. Sağlık Turizmi Kapsamında Dental Turizm Tanımı	13
2.4.1. Dental turizmde tedavi ve prosedürler	14
2.4.2. Dental turizm destinasyonları	17
2.5. Dünya’da ve Türkiye’de Dental Turizm Destinasyonları	18

2.6. Sağlık Turizminde Alanya Pazarı.....	19
2.7. Sağlık Turizminde Alanya Dental Turizm Pazarı	21
3.YÖNTEM	22
3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi.....	22
3.2. Araştırmanın Yöntemi	23
3.3. Araştırmanın Varsayımları	23
3.4. Araştırmanın Kısıtlılıkları	23
4. BULGULAR.....	25
4.1. Çalışmaya Katılan Kliniklerin Demografik Özellikleri	25
4.2. Kliniklere Başvuran Yabancı Uyruklu Hastaların Demografik Özellikleri	26
4.3. Kliniklerin Dental Turizm Verileri	28
5. TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER.....	32
KAYNAKLAR.....	37
EKLER.....	42
ÖZGEÇMİŞ	49

TABLolar LİSTESİ

Tablo 4. 1. Çalışmaya katılan kliniklerin faaliyet süreleri	25
Tablo 4. 2. Çalışmaya katılan kliniklerin hasta kapasiteleri.....	25
Tablo 4. 3. Çalışmaya katılan kliniklerin şube sayıları	26
Tablo 4. 4. Çalışmaya katılan kliniklerin belge süreleri.....	26
Tablo 4. 5. Kliniklere başvuran yabancı uyruklu hastaların cinsiyeti	26
Tablo 4. 6. Kliniklere başvuran yabancı uyruklu hastaların yaşları	27
Tablo 4. 7. Kliniklere başvuran hastaların ikamet yerleri	27
Tablo 4. 8. Kliniklere başvuran hastaların en çok geldikleri ülkeler/bölgeler	27
Tablo 4. 9. Kliniğe gelen hastaların sigorta türleri.....	27
Tablo 4. 10. Dental turizm sağlık turizmi çeşidi içerisindeki yeri	28
Tablo 4. 11. Klinikleri rakiplerinden ayıran özellikler	28
Tablo 4. 12. Kliniklere gelen hastalar ile iletişim kanalları	28
Tablo 4. 13. Kliniklerin tercümede ihtiyaç duyduğu diller (Birden çok seçmeli soru)..	29
Tablo 4. 14. Klinikte en çok tercih edilen tedavi türleri (Birden çok seçmeli soru)	29
Tablo 4. 15. Hastaların kliniklere ulaşım kanalları (Birden çok seçmeli soru).....	29
Tablo 4. 16. Kliniklerin reklam verileri (Birden çok seçmeli soru)	30
Tablo 4. 17. Kliniklerin dental turizm pazarında etkilendikleri faktörler	31

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 2. 1. Türkiye'ye gelen sağlık turist sayısı (16).....	6
Şekil 2. 2. Sağlık Turizm Gelirleri (16).....	6
Şekil 2. 3. Türkiye Jeotermal Kaynaklar Dağılımı ve Uygulama Haritası (22).....	10



SİMGELER VE KISALTMALAR

Simgeler

N	Katılımcı sayısı
gr	Gram
lt	Litre
s	Saat
%	Yüzde
°C	Santigrat derece

Kisaltmalar

M.Ö.	Milattan önce
SPA	(Selus Per Aqua) Sudan gelen sağlık
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
DSÖ	Dünya Sağlık Örgütü
VD	Ve Diğerleri

1. GİRİŞ

Bugünkü modern anlamda turizm, iletişim ve ulaşım imkanlarının gelişmesi, insanların gelir seviyesinin artması ve yaşam tarzı değişiklikleri sonucunda 20. yüzyılda ortaya çıkmıştır. Turizm genel olarak; insanların eğlence, dinlenme, kültürel veya iş amaçlı olarak yaşadıkları yerlerden farklı bir yere seyahat etmeleri ve bu süreçte belirli bir süre o yerde konaklamalarıdır.

Turizm gelirlerinin ülkeler için önemli olması tüm ülkeleri bu pastadan pay almaya sevk etmektedir. Deniz, kum, güneş turizmi gibi doğal kaynaklara dayanan ve genellikle kitle turizmi şeklinde uygulanan turizmde karlılık oranı düşmektedir. Ayrıca kitlesel turizm doğal kaynakların tüketilmesini de beraberinde getirmektedir. Dolayısıyla ülkeler daha sürdürülebilir alternatif turizm türlerine yatırımlar yapmaktadır. Sağlık turizmi, turizm türleri içinde karlılığı ve insanlığa faydası en yüksek, doğal kaynaklara bağımlılığı en düşük turizm türlerinden birisidir. Antalya ilinin Alanya ilçesi Türkiye'de turizmin kalbi durumundadır. Alanya'da turizmin tarihi çok eskilere dayansa da 1980'li yıllardan itibaren devlet desteği ve teşviklerle birlikte ivme kazanmıştır. (2634 sayılı turizm teşvik kanunu ile birlikte 1982)

Türkiye'de hızla gelişmekte olan pazarlardan biri de sağlık turizmidir. Dünya çapında önemli bir pazar olan sağlık turizminden pay alabilmek adına işletmeler kıymetli çalışmalar yapmaktadır. Özellikle Türk girişimciler bu durumun farkına vararak, ülkemizi dünya sağlık turizminin önemli destinasyon alanlarından biri haline getirmek için çaba sarf etmektedirler. Bu sebeple kitle turizmine yönelik olan sağlık turizminde ürün çeşitlendirmesi yapılması zaruri hale gelmiştir. Sağlık turizminin önemli alanlarından biri olan dental turizmin Türkiye'deki örneklerinin muadillerinden daha iyi ve daha ucuz olması bu alanların fark edilmesini de beraberinde getirmiştir.

Bu çalışmada; Alanya pazarında dental turizmin sağlık turizmine etkisi, sağlık turistlerinin demografik özellikleri, sağlık işletmelerinin pazar paylarının ne yapıda olduğu, hangi ülkelere daha çok tercih edildiğimizin belirlenmesi gibi bilgiler ile bu pazara katkı sağlama amaçlanmıştır.

2. LİTERATÜR

2.1. Sağlık Turizmi Kavramı

Sağlık turizmi; sürekli ikamet ettikleri yerlerden tedavi olmak ve sağlıklarını koruyabilmek amacıyla seyahat eden insanların oluşturduğu bir turizm şeklidir. (1)

Başka bir tanıma göre; kişilerin sağlık durumunun stabil kalması, iyileşmesi ve tedavi hizmetlerini alabilmesi için buldukları alanlardan sağlık turizminin yapıldığı yerlere seyahat etmesi, en az 24 saat kalması, sağlık ve turizm imkanlarından yararlanması şeklinde açıklanabilir. (2)

İnsanların sağlıklarını korumaları, ruh sağlıklarının rehabilite etmeleri, tedavi olmaları ve sağlıklarını daha iyi hale getirmeleri için buldukları bölgelerden başka bölgelere ziyaret etmelerine sağlık turizmi denmektedir. (3) Bu amaçlar doğrultusunda seyahat eden kişilere de “sağlık turisti” denilmektedir.

Sağlık turizminin gelişimi, turistlerin seyahat etmek dışında, konaklamalı tedavi ve sağlığını idame ettirmek istemesi ile başlamıştır. (4)

Sağlık hizmetine bir an önce ulaşmak, aldığı hizmetin daha kaliteli olmasını istemek ve maliyet konusunda daha seçici davranmak sağlık turizmini doğuran sebepler arasında yer almaktadır. (5)

Ayrıca sağlık turizmi yapmanın nedenlerini maddeler halinde sıralayacak olursak;

1. Bulunduğu bölgede sağlık hizmetlerinin ve sağlık çalışanlarının yeterli düzeyde olmaması
2. Hastalıkları kronik hale gelmiş, yaşı ilerlemiş ve engel durumu olan kişilerin buldukları ortamdaki uzaklaşarak ruh sağlıklarını daha iyi hale getirme istekleri
3. Sağlık maliyetlerinin kendi bölgesinde yüksek olması
4. Kalite odaklı sağlık hizmetlerinden yararlanmak istemesi
5. Bulunduğu bölgede aldığı sağlık hizmetinin ortaya çıkmasının istenmemesi
6. Özellikle illegal madde kullanan insanların bu maddeleri kullandıkları ortamlarından uzaklaşmak istemeleri
7. Sağlık hizmeti alırken tatil de yapmak istemesi
8. Bulunduğu bölgenin tatil maksadı ile imkanlarının fazla olmaması ve bununla birlikte bu imkanların daha yoğun olduğu bölgelerde bu tür olanaklarının fazla olması

Ve insanların daha sağlıklı şekilde hayatlarını idame ettirme istekleri şeklinde sıralayabiliriz. (6)

2.2. Sağlık Turizminin Tarihsel Gelişimi

Sağlık turizminin tarihsel geçmişi ilk çağlara kadar dayanmaktadır. İnsanlar bu dönemlerde şifa arayışı sebebi ile bir yerden başka bir yere gitmişlerdir.

Bugün kaplıca olarak tarif ettiğimiz sıcak su çıkan bölgelerin çevresinde Sümerliler tarafından milattan önce (M.Ö.) 4000 yıllarında sağlık turizmi yapıldığı bilinmektedir. Bunun dışında milattan önce 3000’li yıllarda da Hindistan bölgesinde ayurvedik tıp ve yoganın insanlar tarafından uygulanmaya başlaması ile farklı sağlık uygulamalarının ortaya çıktığı görülmüştür. Yine milattan önce 2000’lerde İsviçre bölgesinde insanların sıcak su kaynaklarında yıkanma alanları oluşturdukları ve sağlıkları için mineralli sulardan içtiklerine dair bilgiler bulunmaktadır. Bu alanlarda kullanılan bronzdan yapılmış olan içecek kaplarının Fransa ve Almanya’da bulunan sıcak su kaynaklarında da bulunması o yıllarda da yine kültürler arasında sağlık turizmi yapıldığının göstergesidir. Genellikle sıcak su olan bölgelerde, ilkçağlarda gelişen sağlık turizm uygulamaları; Akkad, Babil, Çin, Yunanistan gibi o dönemin gelişmiş toplumlarında, halkın daha gelişmiş sağlık hizmetlerine ulaşmasına olanak tanımıştır. (7)

Sağlık turizminin daha kapsamlı şekilde icra edilmesinin temellerini atan eski Yunanlıların, M.Ö. 4. yüzyılda İzmir civarında yaptıkları Asklepios Tapınakları’nın sağlık alanında dünyada yapılan ilk sağlık merkezleri örneklerinden olduğu söylenebilir. (8)

Sağlık turizminin gelişimi rönesans döneminde de devam etmiştir. Ville d'Eaux olarak bilinen bir köyde ünlenmiş olan kaplıcaların demir minerali bakımından zengin olduğu anlaşılmıştır. Dönemin ünlülerinden Victor Hugo ve Peter the Great gibi birçok kişinin sağlık için gittiği bu alanlarda ilk defa “SPA” (Selus Per Aqua) “Sudan Gelen Sağlık” kelimesini kullanıldığını görmekteyiz. Yine o dönemlerin gezginlerden biri olan Montaigne’nin, sağlık turizmi alanında da bilinen ilk SPA rehberinin yazımında da katkısı olduğunu görmekteyiz. Rönesans döneminde ise özellikle aristokratların çokça ziyaret ettiği İngiltere’de bulunan Bath bölgesi bu ziyaretler sonucunda birçok gelişme göstermiştir. Sağlık turizmi için uzak beldelere seyahat etme, 18 ve 19. yüzyıllarda da artmıştır. (9)

2.2.1 Dünya’da sağlık turizmi

Ülkeler arası farklılıklar gösteren sağlık turizmi bölgelerinin, özellikle maliyetlendirmeler ve kalite farklılıkları gibi sebeplerle tercih edilme düzeyleri değişebilmektedir. Sağlık turizmi faaliyetleri ülkeden ülkeye farklılık göstermektedir. Kimi ülkeler uygun fiyatlar ile ön plana çıkarken kimi ülkeler de kaliteli sağlık hizmeti ile ön plana çıkmaktadır.

Günümüzde sağlık turizmi faaliyetleri Asya, Amerika ve Avrupa kıtasında birçok ülkede yapılmaktadır. Hastaların tercih sebepleri gittikleri ülkenin koşullarına göre değişmektedir. (7)

Avrupalıların 18. yüzyıldan başlayarak kaplıca için Afrika kıtasında bulunan Nil bölgesine gittikleri görülmektedir. Günümüzde ise maddi olarak daha uygun ve daha az bekleyebilecekleri yerlere tedavi amacıyla gittikleri görülmektedir. En çok tercih edilen yerler ise Küba, Hindistan, Kostarika, Singapur, Tayland, Malezya, Kolombiya ve Filipinlerdir. Bu ülkeler onkoloji, cinsiyet değiştirme, ortopedi, böbrek nakli, kardiyak, plastik cerrahi ameliyatları, diş tedavileri, göz ameliyatları ile ön plana çıkmaktadırlar. (10)

Bu bölgelerin içerisinde en dikkat çeken medikal turizm yerlerinden biri olan Tayland, 1970’li yıllarda cinsiyet değiştirme ameliyatları ve kozmetik cerrahi ile ön plana çıkmıştır. 1990’lı yılların sonundaki ekonomik krizden çıkma yolu olarak medikal turizme ağırlık veren Malezya; kalp cerrahisi, organ nakli, plastik cerrahi, diş tedavisi gibi alanlarda büyük mesafeler katetmiştir. Ülkedeki çeşitli hastanelerde uluslararası müşteri departmanları kurulmuş ve çeşitli seyahat acenteleri ve otellerle bağlantılar oluşturulmuştur. Örneğin, Malakka'daki Mahkota Hastanesi, sağlık turistlerinin tüm seyahat belgelerini, konaklama ve lojistiğini düzenleyen kendi kurum içi seyahat acentesine bile sahiptir. (11) Bu ülkelerin dışında Hindistan’ın da nitelikli sağlık personeli bulunması ve medikal turizm fiyatlarının uygun olması, sağlık turizminde avantajlı bir konuma gelmesine sebebiyet vermiştir. (12) Singapur ise özellikle onkoloji, organ nakli, ortopedi, kardiyoloji, nöroloji gibi alanlarda hala tercih edilen bir destinasyon olmaya devam etmektedir. (13)

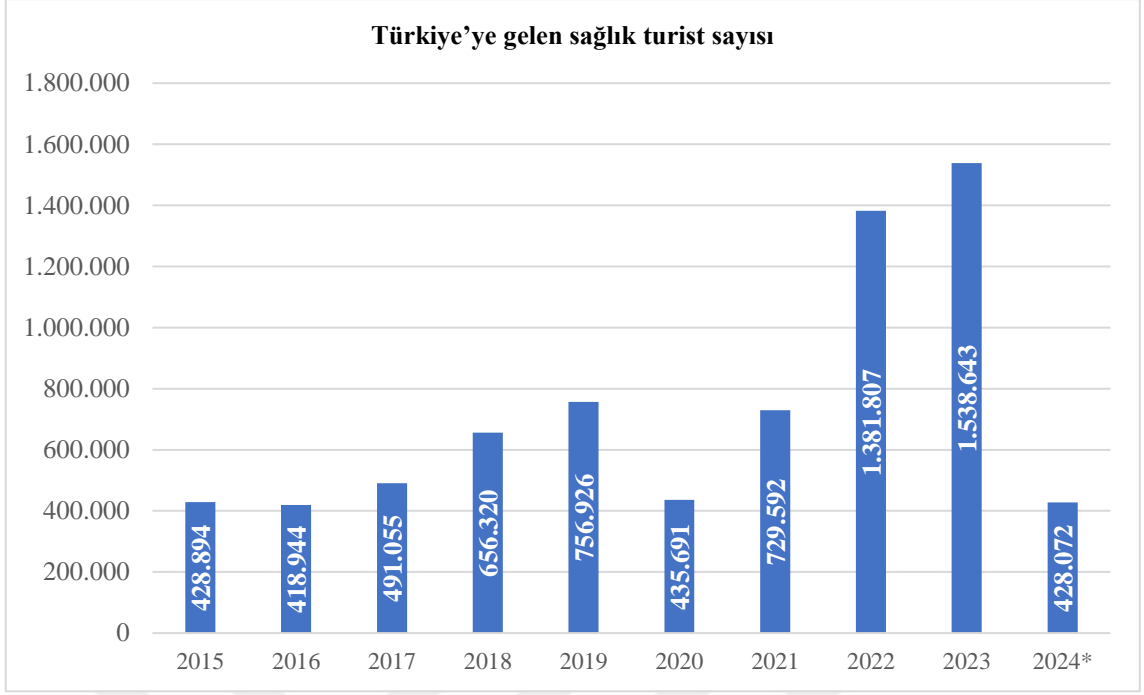
2.2.2. Türkiye’de sağlık turizmi

Günümüzde sağlık turizminin en önemli destinasyonları arasında yer alan ve akreditesini tamamlamış sağlık kuruluşlarını koordine eden Türkiye, tarihi alanları,

coğrafi konumu, kültürel değerleri ve turizm tecrübesiyle, maliyet avantajları, turizm bölgeleri ve teknolojik alt yapısıyla dünyadaki birçok hastanın tercihleri arasında yer almaktadır. (14)

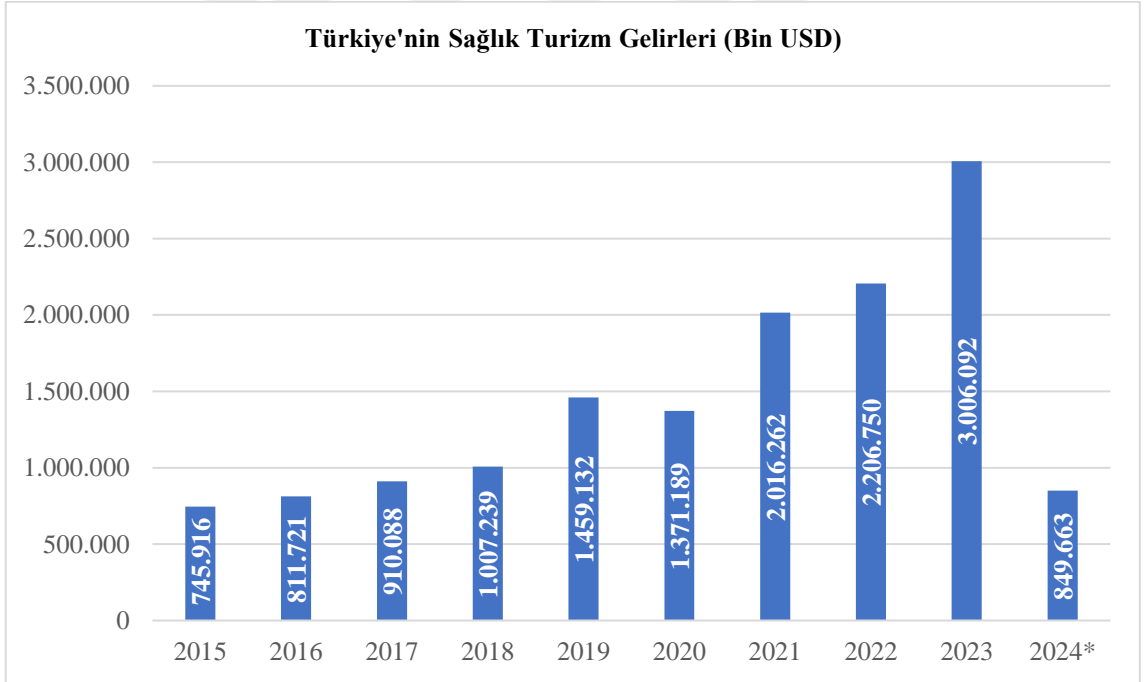
2019 yılında sağlık turizmi için ülkemize 700 binden fazla sağlık turisti gelmiştir. Bu ziyaretler sonucunda yine aynı yıl 1.492.438 dolar turizm geliri oluşmuştur. Covid 19 salgını sebebiyle 2020 yılında sağlık turizmi olumsuz etkilenmiş ve sağlık turisti sayısı düşmüştür. Buna rağmen sağlık hizmeti almak isteyen 407.423 kişi yine aynı yıl Türkiye'yi tercih etmiştir. 2020 yılında toplam turizm geliri 1.164.779 dolar olarak gerçekleştirmiştir. Sağlık hizmeti alan kişi sayısı 2021 yılında 670 binden fazla olmuştur. Anılan yılda toplam sağlık turizmi geliri 1.726.973 dolardır. 2022 yılı verilerine baktığımızda ise 1.258.382 kişi sayısı ile 2.119.059 dolar gelir elde edildiği görülmektedir. Geçtiğimiz 2023 yılındaki verilere göre ise 1.398.504 kişi ile 2.307.130 dolar gelir elde edilmiştir. 2024 yılının ilk çeyreğinde ise 428.072 kişi sağlık hizmeti almış ve buradan elde edilen gelir 849.663 bin ABD doları olmuştur. Bu sebeple istikrarlı bir büyüme gerçekleşmiştir.

Ülkemizi tercih eden sağlık turizmi hastalarının en çok ilgilendiği klinik branşlar; kadın doğum hastalıkları, iç hastalıkları, göz hastalıkları, tıbbi biyokimya, genel cerrahi, diş hekimliği, ortopedi ve travmatoloji, enfeksiyon hastalıkları ve kulak-burun-boğaz şeklindedir. (15)



Şekil 2. 1. Türkiye'ye gelen sağlık turist sayısı (16)

* İlk 4 ay



Şekil 2. 2. Sağlık Turizm Gelirleri (16)

* İlk 4 ay

Bunun yanında sağlık hizmeti almak isteyen turistlerin Türkiye'yi tercih etme sebeplerine gelecek olursak;

1. Akreditasyon şartlarını sağlamış olan Türkiye, dünya standartlarında hatta daha iyi şekilde hizmet vermektedir. Bu durum ülkemize olan güveni

artırmaktadır. Sağlık Bakanlığı'nın sağlık kuruluşlarını yakinen takip etmesi de bu durumu kuvvetlendirmektedir.

2. Ülkemizdeki turizm olanaklarının çok fazla ve çeşitli olması birçok avantajı beraberinde getirmektedir. Kıtaları birbirine birleştirmesi, üç tarafının denizlerle çevrili olması, dört mevsimi yaşanabiliyor olması vb. sebepler ile sağlık hizmetlerinin turizmle birleşmesine rahatlıkla olanak sağlamaktadır.
3. “Uluslararası Sağlık Turizmi ve Turistin Sağlığı Hakkında Yönetmelik” ile sağlık turizmi yapmak isteyen firmaların yetki belgeleri, başvuru süreci vb. bilgiler bakanlıklar tarafından düzenlenmekte ve denetlenmektedir. Devletin bu konuya sahip çıkması sağlığına özen gösteren kişilerin daha güvenilir şekilde sağlık turizmi yapmasına olanak vermektedir.
4. Ülkemizdeki döviz kurlarının yüksek olması, yabancı turistlerin kaliteli ve modern sağlık hizmetlerinin daha uygun maliyetlerle almalarına olanak tanımaktadır.
5. Ülkemizdeki sağlık turizm firmaları özellikle rahat ve sıkıntısız sağlık hizmeti vermeyi taahhüt etmektedir. Sağlık hizmeti almanın yanı sıra hastanın karşılanması, gezdirilmesi, rahat ettirilmesi ve hatta refakatçisinin de aynı olanaklardan yararlanabilmesi sağlık turizmini olumlu yönde etkileyen bir durumdur.
6. Gelen yabancı hastaların kendi ülkelerinde uzun bekleme süreleriyle sağlık hizmetini aldığı görülmektedir. Ülkemizde ise çok fazla sıra beklemeden birçok tedavi hizmetinden yararlanabilmektedir.
7. Havaalanlarının fazlalığı, birçok havaalanının yeni yapılması, yurtdışı uçuş seferlerinin fazlalığı ve diğer ulaşım araçlarının da rahatlıkla kullanılabiliyor olması yine sağlık turizminde tercih edilme sebepleri arasında sayılabilir.
8. En son teknolojilerle donatılmış steril sağlık merkezleri; modern teknolojileri, yüksek ihtisasa sahip doktorları, deneyimli ve konuya hâkim sağlık personelleri ile tercih edilme kriterlerini fazlasıyla sağlamıştır. (17)

2.3. Sağlık Turizmi Çeşitleri

Sağlık turizmi çeşitlerine göre aşağıdaki şekilde tanımlanmaktadır.

1. Termal Turizm-Spa (Wellness Turizmi)
2. Engelli Turizmi

3. Yaşlı Turizmi
4. Medikal Turizm

2.3.1. Termal turizm-Spa (Wellness turizmi)

Fizik tedavi, iklim türü, rehabilitasyon, psikoterapi, egzersiz, diyet gibi tedavi yöntemlerinin yanı sıra mineralize termal su banyosu, içmeler, inhalasyon, çamur banyosu gibi destek tedavi yöntemlerini de kapsayan turizme termal turizm denilmektedir. Altmışa yakın şekilde suyun tedavi amacı ile uygulanması sistemine SPA denilmekteyken; çeşitli masajlar, cilt bakımı, yosun tedavileri, çamur banyosu, thalassoterapi gibi tedavileri kapsayan turizme de Wellness Turizmi denilmektedir. (7) Wellness turizmi sağlıklı bireyler olmak amacı ile psikolojik ve fiziksel faaliyetler yapılmasıdır. Bu nedenle bireylerin mental ve fiziksel sağlıklarını geliştirip koruyabilmek amacı ile motive olacakları yerlere intikal etmelerine denilmektedir.

SPA ve Wellness termal sağlık turizmi sadece hastalıkların tedavi edilmesi değil bunun yanında zihinsel sosyal ve fiziksel olarak rahatlığa kavuşmak amacıyla da yapılmaktadır. (18)

Sağlık turizminde özellikle termal sağlık çalışmalarında, termal suyun tedavi edebilir özelliğinin olabilmesi için yani hem beden hem de ruhen tedavinin olması, vücudun adeta yenilenmesi için suyun yer altından doğal şekilde çıkan termal su olması, 20°C sıcaklığın üzerinde olması ve litre başına en az 1 gr mineral olması gerekmektedir. (19)

Termal suların tedavi amacıyla kullanılmasının en büyük nedeni; içerisinde bulunan magnezyum, natriyum klorit ve kalsiyum gibi mineraller olmasıdır. Özellikle bu tedavi yönteminin doktor gözetiminde yapılması ile suyun yüksek dereceli sıcaklığı sayesinde toksinlerin vücuttan uzaklaştırılmasının sağlanması, kan dolaşımının hızlandırılması ve kasların gevşetilmesi en önemli özellikleri arasında sayılabilmektedir. (20)

Doğal maden sularının hangi hastalıkların tedavisinde işe yaradığına dair olan bilgiler termal turizmin sağlıkla ilgisini ortaya koyan en temel bilgilerdir. Bu bilgileri şu şekilde sıralamak mümkündür:

- Kalp ve kan dolaşımı rahatsızlıkları,
- Kadın hastalıkları

- Deri hastalıkları,
- Solunum yolu rahatsızlıkları,
- Mide ve bağırsak rahatsızlıkları,
- Böbrek ve idrar yolları rahatsızlıkları,
- Eklem ve kireçlenme rahatsızlıkları
- Göz hastalıkları,
- Romatizmal hastalıklar,
- Sinir hastalıkları,
- Karaciğer ve safra kesesi rahatsızlıkları,
- Beslenme bozukluğu, metabolizma hastalıkları (4)

İyileştirici ve koruyucu faaliyetleri kapsayan spa turizmi sağlıklı yaşamın temellerinden bir tanesidir. Zinde bir vücut, beslenmenin sağlıklı olması, cilt bakımı, zihinsel bakım, esneme gevşeme, çevreye uyumlu bir beden, öz sorumluluk, zihin ve ruh bütünlüklerinin dengede olması durumuna da Wellness turizmi denilmektedir. Wellness; uygun müdahalelerle zihin ve ruh bütünleşmesini ve bu sayede sağlıklı bedenlerin oluşmasını amaçlamaktadır. Wellness seyahatleri yapan kişiler genelde sağlıklı değil sağlığını korumaya özen gösteren ve sağlığının kalitesini yükseltmeye çalışan kişilerdir. (21)

Bunun yanında Alp Himalaya organik kuşağında yer alan Türkiye jeotermal bakımından büyük öneme sahiptir. Ülkemizde bulunan jeotermal kaynaklar Batı Anadolu Güney Anadolu ve Kuzey Anadolu fay zonları ile etkinliğini yakın zamanda sürdürmüş volkanizma ürünüdür. Jeotermal sahaların ülkemizin batısında bulunmasının ana nedeni genç teknik etkilerden dolayıdır ve bu yüzden sıcaklıkları yüksek derecededir. Bunun yanında orta ve düşük sıcaklıktaki jeotermal bölgeler ise fay oluşumunun etkisi ve volkanizma etkisi ile Kuzey Anadolu-Doğu Anadolu ve Orta Anadolu-Doğu Anadolu fay zonu boyunca yer almaktadır.



Şekil 2. 3. Türkiye Jeotermal Kaynaklar Dağılımı ve Uygulama Haritası (22)

Ülkemizde 20°C ile 110° C sıcaklıkları olan, debileri 2-500 lt/s arasında değişkenlik gösteren, 1300'e yakın jeotermal kaynağın varlığından söz etmek mümkündür. (Şekil 2.3) Yaklaşık 230 adet kaynak termal turizme hizmet etmektedir. Bu kaynaklar en çok Ege Bölgesi olmak üzere iç Anadolu ve Marmara bölgelerinde toplanmıştır. Bu bölgeler sıcaklık aralığı bakımından farklılık da gösterebilmektedir. Ülkemizde termal su kaynaklarının %37'sini çok sıcak sular oluşturmaktadır. (23)

Rustik ve geleneksel banyo ve yüzme tesisleri olarak dünyanın çeşitli yerlerinde faaliyet gösteren termal/mineral tesisleri genelde yerel pazarları hedef almaktalar ve görece düşük giriş ücretleri talep etmektedirler. Bu kuruluşların yaklaşık %25'i üst düzeyde hizmet verip yüksek katma değerli spa hizmetleri sunmaktadırlar. (24)

Asırlık geçmişi olan ve Asya Pasifik ve Avrupa'da daha fazla karşılaştığımız termal mineral kaynaklar endüstrisi, bölgelerdeki su ile şifa ve rahatlamanın en önemli merkezleri haline gelmiştir. Bu bölgelerdeki merkezler dünyadaki sağlık turizmi kuruluşları gelirlerinin yaklaşık %95'ini oluşturmaktadırlar. Bu tür termal sağlık kuruluşlarının yaşattığı deneyim birçok ülkede özel ve devlet yatırımcılarının iştahını kabartarak yatırım yapma ihtiyacını ortaya çıkartmaktadır. Özellikle köklü banyo geleneklerine sahip ülkelerde hükümetler bu tür tedavi programlarına ve yatırımlarına büyük destekler sağlamaktadır. Bununla birlikte tesislerin daha modern hale getirilerek veya yeni kurulacak tesislerin son teknolojilerle hayata geçirilmesine devletlerin büyük teşvikleri olmaktadır. 2023 yılı verilerinde son 4 yıl içerisinde toplamda 270'e yakın termal mineral kaynak merkezi açılmış ve bununla birlikte 200'den fazla çalışmaya da

hazırlık yapıldığı bilinmektedir. Son yıllarda insanların mental sağlıklarını koruyabilmeleri ve sağlıklarına daha iyi bakma bilinçlerinin gelişmesi ile özellikle gelişmiş büyük şehirlerde kapsamlı termal merkezlerin bulunması turizme ve dolayısı ile gayrisafi milli hasılaya büyük katkı sağlamaktadır. (25)

2.3.2. Engelli turizmi

Dünyada ortalama olarak 1,3 milyar insan günümüzde birçok engel yaşamaktadır. Nüfusun yaşlanması ve hastalıkların türünün ve şekillerinin değişmesi ile engelliliğin artması gözlemlenmektedir. (26)

Ülkemizde ve dünyada özel gereksinimli bireylerin toplum hayatına daha çok katılabilmesi adına sağlık turizm faaliyetlerine katılması olarak adlandırılan engelli turizmi, literatürde erişilebilir turizm içeriğinde ele alınabilmektedir. Özel gereksinimli bireylerin çok çeşitli engelleri ve gereksinimleri olduğu bilinmektedir. (27)

Turistik seyahatlerin, engelli turizmüne uygun hale getirilmesi zorunluluk değil insani bir sorumluluktur. Engelli bireylerin her türlü turizm destinasyonu ve turizm imkanından yararlanması yani erişilebilirlik, sürdürülebilir turizm için temel şartlardan biridir. Toplumdaki diğer bireylerle eşit şekilde ulaşım, fiziksel çevre, bilgi-iletişim ve tesislere erişilebilirliği sağlamak için gerekli tedbirleri sağlamak engelliler için ulaşılabilir turizmi tanımlamaktadır. Engelli turizmde görme engelliler için hissedilebilir yer yüzey işaretleri, trafik ışıklarında ses uyarı sistemi, tekerlekli sandalye için rampaların düzenlenmesi, lavaboların engelli bireyler için özel hale getirilmesi engelli turizmüne yönelik uygulamalara örnek verilebilir.

Ulaşılabilirlik ve erişilebilirlik çalışmalarının dünya standartlarına uygun şekilde yapılması, engelli bireylerin özgürce tatil yapabilmelerine ve toplumsal hayata katılabilmelerine olanak sağlayacaktır. Turizm firmalarının, tesislerini, alanlarını ve çalışanlarını engelli turizmüne uygun şekilde hazırlamaları ve yetiştirmeleri çok önemli bir konudur. Bu sebeple kamu kurumlarının, sivil toplum kuruluşlarının ve turizm işletmelerinin koordineli bir şekilde bir araya gelerek konunun üzerine eğilmeleri gerekmektedir. (28)

2.3.3. Yaşlı turizmi

Yaş almış kişilerin hayatlarının geri kalanını daha sağlıklı geçirebilmek ve tedavi ihtiyaçlarını karşılayabilmek amacıyla buldukları bölgeden başka bölgelere gitmesine ileri yaş veya yaşlı turizmi denir. Dünyada yaşlı nüfusun oranının sürekli artması,

özellikle ekonomik olarak yüksek geliri olan ülkelerin yaşlı nüfusunun fazla olması, aile bağlarının kuvvetli olmaması ve tek başına yaşam şartlarının daha fazla olması, yaşlı turizm olanaklarının teknolojiyle beraber her geçen gün daha iyi hale gelmesinden dolayı yaşlılara yönelik ayrı bir turizmin oluşmasının kapısını aralamıştır. (29)

Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ) verilerine göre sağlıklı yaşlanma ilkeleri; sosyal bakım hizmetleri ve uygun fiziksel ortamın yanı sıra kişisel, sosyal, maddi ve davranışsal özellikleri içerir. Kendine bakım konusunda yeterliliği bulunmayan yaşlılar fiziken ve ruhen kendilerini daha iyi ve aktif hissedecekleri ve bakım hizmetlerinden faydalanabilecekleri yerleri tercih etmektedirler. Bu nedenlerle sağlık turizmi rahat bir yaşlılığın ve yaşlı bakımının önemli bir parçası haline gelmiştir. (30)

Dünyanın farklı ülkeleri de yaşlı sağlık turizmi alanlarında çeşitli çözümler üretmeye çalışmışlar ve zamanla geliştirdikleri bu çözümler ile yaşlı bakım endüstrisi ve ekonomisi konusunda büyük yol katetmişlerdir. Türkiye’de 2014 ile 2018 yılları arasında hazırlanan 10. kalkınma planında “İleri Yaş Turizmi” başlığı ile hedefler geliştirilmiştir. Bu planda en önemli kısımlardan bir tanesi; sağlık turizmi alanında çalışan personelin nitelik ve nicelik olarak geliştirilmesi kısmıdır. Bunun dışında en ilgi çeken diğer kısımları da Sağlık Bilimleri Üniversitesi ve Türkiye Sağlık Enstitüleri Başkanlığı Koordinasyonunda kurulacak yaşlı bakım metotlarına yönelik araştırmaların yapılmasıdır. (3)

2.3.4. Medikal turizm

Sağlık turizminin alt başlıklarından biri olan medikal turizm, insanların buldukları ülkeden başka bir ülkeye tıbbi tedavi hizmeti almak amacıyla seyahat etmesidir. Diğer bir ifadeyle insanların sağlık hizmetlerinin kendi ülkelerinde verilmemesi veya yeterli olmaması, yüksek fiyatlı olması veya sigorta kapsamı dışında olması gibi nedenlerle kendi bulunduğu bölgeden başka bölgelere giderek hem tedavi hem de turizm faaliyetleri yapmasına medikal turizm denilmektedir. (31)

Medikal turizm, oldukça geniş bir hizmet yelpazesini kapsamına rağmen, sunulan sağlık hizmetleri genellikle estetik cerrahi, kilo alma/verme, dental tedaviler, tüp bebek tedavisi, kalp damar cerrahisi gibi alanlarda yoğunlaşmaktadır. Bununla birlikte, bu alanların dışında kalan diğer cerrahi müdahaleler ve terapötik uygulamalar da medikal turizmin bir parçası olarak değerlendirilebilir. (32) Türkiye’nin çoğunlukla tercih sebebi olduğu, medikal turizm altında en çok tercih edilen tıbbi branşları; saç ekimi, göz

hastalıkları, cilt hastalıkları tedavisi, kanser hastalıkları, fizik tedavi ve rehabilitasyon uygulamaları, jinekolojik estetik ve tedaviler, diyabet, beyin cerrahisi, plastik cerrahi, KBB, SPA, Check-up ve ortopedik müdahalelerdir. (33)

Son yıllarda özellikle medikal turizmde ülkemizin tercih edilmesinin en büyük sebebi bu konuda sunulan uygun fiyatlardır. (27)

Medikal turizmin alt başlıklarından biri olan dental turizm diş sağlığı ve tedavilerine odaklanan bir hizmet alanıdır.

2.3.4.1. Dental turizm

Medikal turizm sağlık turizminin alt dallarından bir tanesi olarak, sağlık turizminin önemli bir bileşeni olan dental turizmi de kapsamaktadır. Farklı ülkelere seyahat ederek ağız ve diş sağlığı ile ilgili her türlü tedavi bakım ve estetik uygulamaların yapılmasına dental turizm denilmektedir. Dental turizm insanların sadece diş tedavilerini yapmakla kalmaz aynı zamanda tatil fırsatı elde etmelerine de yardımcı olur. (34)

Kavram olarak yükselişte olan dental turizmin birçok avantajı bulunmaktadır. İnsanların dental turizm yapmasının birçok nedeni bulunmakla beraber bunların ilk başında yüksek ücretler olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Ülkelerin sağlık sigortalarında, genellikle dental harcamaları sigorta kapsamının dışında bırakması, insanları daha düşük ücretli olan tatil/sağlık hizmetleri almaya teşvik etmektedir. (35)

2.4. Sağlık Turizmi Kapsamında Dental Turizm Tanımı

Dental turizm; ağız ve diş hastalıklarının tedavisi veya estetiği ile ilgili işlem yaptırmak isteyen kişilerin daha uygun fiyatlı şekilde bu hizmetlerden yararlanmak, kaliteli hizmet almak ve bunun yanında tatil yapmak isteklerine karşılık gelmektedir. Teknolojik gelişmelerden faydalanan dental turizmin ülkeler arası maddi farklılıklar göstermesi, insanların bu seçenekler arasında tercih yapmalarına sebebiyet vermektedir. (36)

Ülkeye döviz kazandırıcı faaliyetlerden biri olan dental turizm, beklenenin ötesinde talep görerek dünyada sağlık turizmi açısından önemli bir yer edinmiştir. Birçok ülkede sağlık sektöründe fiyatların yüksek kalitenin ise düşük olması, kalite performans kriteri yüksek olan ülkelere sağlık turizmi yapma ihtiyacını doğurmuştur. Bu sebeple ağız ve diş sağlığını önemseyen turistler Türkiye'yi tercih sıralamalarında üst basamaklara yerleştirmiştir. (37)

Diş tedavileri ile turistik gezi yapma imkânı bulan turistlerin yaptığı turizme dental turizm veya ağız ve diş sağlığı turizmi de denilmektedir. Seanslar halinde de yapılabilen diş tedavileri, diş sağlığıyla ilgili bölge değiştiren turistlerin farklı zamanlarda tatil yapmalarına da olanak sağlamaktadır. Özellikle ülkemizde diş sağlığı ile ilgili hizmet alan turistlerin memnuniyetleri, yakın çevrelerinin de bu hizmetten almaya teşvik etmekte ve sektörün genişleyen bir turizm faaliyeti olmasına olanak sağlamaktadır. Örnek verecek olursak; diş tedavisi iki gün olan turistin bir gün boşluğunun olması ve o sırada da gezi yapması sağlık turizminin avantajı olarak açıklanabilir. (38)

2.4.1. Dental turizmde tedavi ve prosedürler

Her geçen gün gelişen ve büyüyen dental turizm, giderlerin azalması, teknolojinin gelişmesi ve acil tedavi hizmetlerinin potansiyeli nedeniyle her geçen gün daha çok tercih edilir hale gelmiştir. (39) Dental turizm için bölgesini değiştiren turistleri etkileyen birçok faktör bulunmaktadır. Sıralayacak olursak bunlar; fiyatların uygun olması, sürecin planlanması ve uyum, tedavilerin tatil ile bir arada olabilmesi, ulaşımın uygun olması, vergi, bekleme süreleri ve bilgiye kolay ulaşımıdır. Bunun dışında sadece ekonomik tarafına düşünerek hareket eden turistler olduğu gibi, egzotik alanlarda pahalı işlemler yaptırmak isteyen turistler de olabilmektedir. (40)

Dental turizmin süreçleri; seçenekler arasında tercih, kıyaslama, dental tedaviyi planlı hale getirme, resmi evrakların hazırlanması, seyahat programının yapılması, iyileşme evresinin beklenmesi ve tekrar ülkesine geri dönülmesi olarak açıklanabilir. (41)

Ağız sağlığı ve fonksiyonlarını düzensiz hale getiren bütün etkenler belirlenmeden ağız ve diş muayenesi istenilen düzeyde tanımlanamaz. Muayenenin tam ve eksiksiz yapılması ile dişlerin ve destek dokularının tedavi planlanması doğru ve yeterli olacaktır. Diş hekimleri tarafından muayene aşamaları; genel tıbbi anamnez, ve dental anamnez olarak adlandırılmaktadır. İkiye ayrılan dental anamnez; radyolojik muayene ve klinik muayene şeklinde belirtilmektedir. (42)

Ortodonti, endodonti, pedodonti, implantoloji, çene cerrahisi, periodontoloji, ağız ve estetik diş tedavileri dental turizmde başlıca tedavi yöntemleridir.

Endodonti; Yunan dilinden geçme "*endo*" "iç", "*donti*" "diş" anlamına gelen endodontiye günümüzde sıklıkla kanal tedavisi denilmektedir. (43) Endodontist doktor ise, diş hekimliği eğitimini aldıktan sonra, teorik ve pratik eğitimini kanal tedavisi bölümünde yaparak doktorasını tamamlamış uzman doktorlara denilmektedir.

Kuron; ağız içinde gözüken dişin, dişin üstünde kalan kısmını, kök ise dişin kemik içinde kalan ve görünmeyen kısmına verilen isimlerdir. Birkaç tabakadan oluşan dişler en dış katmanı diş eti sınırının üzerinde görülen mine tabakasıdır. Dentin adı verilen yapı mine tabakasının altında yer almaktadır. Pulpa dokusu; dişin dış dokuları olan dentin ve minenin altında yumuşak bir bağ dokusu olan ve dişin canlı kısmı olan kısımdır. Pulpaya halk arasında “diş siniri” de denilmektedir. Pulpanın görevi bir dişin büyüme ve gelişmesi sırasında dişi beslemektir. (44)

Kök kanal sisteminin tamamen temizlenerek şekillendirilmesi ve 3 boyutlu olarak doldurulması endodontik tedavide başarı elde edebilmenin ana unsurlar arasında yer alır. Uygun bir koronal giriş hazırlanması ile karmaşık olan bu sisteme ulaşım temizleme ve şekillendirme işlemi yapılabilmektedir. Hekimin başarılı olması için hastalıklı dişin kök kanal morfolojisi ve karşılaşılabilecek çeşitli kanal formları hakkında deneyimli olması, ağzını bir bütün olarak görüp simetrik olan dişleri değerlendirmesi gerekmektedir. (42)

Ortodonti; Yunanca’da “*ortho*” “düzgün” ve “*odons*” ”diş” kelimelerinin oluşturduğu ortodonti Anabilim Dalı; dişlerin, diş kemikleri (alveolar kretler) üstünde muntazam bir şekilde yerleşmesi ve yüzde bulunan düzensizliklerin tedavi ve teşhisi ile ilgilenen bir uzmanlık dalıdır. Ortodonti düzgün diş anlamına gelse bile yalnızca dişleri değil alt ve orta yüz düzensizlikleri ile de ilgilenmektedir. (45) Ortodontist, ortodonti uzmanına verilen isimdir.

Anomali terimi, biçim bozukluğu veya konum bozukluğu olan alt ve üst diş kabiliyetlerinin normalin dışındaki durumunu belirtmek için kullanılan terimdir. Bugüne kadar birçok araştırmacı tarafından farklı şekilde sınıflandırılan ortodontik anomaliler için 20. yüzyılın başlarında Angle tarafından bilimsel olarak ilk sınıflandırma yapılmıştır. Angle sınıflaması klinik olarak kolay olması ve basitliği yönünden en çok kullanılan sınıflama olmuştur. (46)

İstenilen sonuca ulaşılan kadar devam eden ortodontik tedavi; ortalama 2 sene sürse de 4 seneye kadar devam edebilmektedir. Tedavinin hızlı ya da geç bitmesi, bireylerin biyolojik yapılarına göre değişebilmektedir. Birkaç ay kadar sürebilen önleyici veya erken tedavi çeşitleri de bulunmaktadır.

Tedavi süresi farklı etkenlerle değişebilmektedir. Bunlar;

- Problemler alanların yoğunluğu
- Çene ve yüz yapısının büyümesi

- Diş etleri, dişler ve bunları destekleyen çene kemiğinin sağlık durumu
- Bireylerin tedaviye uyumu (47)

Pedodonti; çocuk diş hekimliği olarak da anılan pedodonti 14 yaşına kadar olan çocukların tedavi edici ve önleyici diş ve ağız sağlığı faaliyetleriniz sunan diş hekimliğinin bir dalıdır.

Pedodontinin öncelikli olarak ilgilendiği alanlar şunlardır;

- Koruyucu diş sağlığı uygulamaları (fissür örtücü ve flor uygulamaları, istenmeyen alışkanlıklarının durdurulması vb.)
- Daimî dişler ve süt dişlerinde endodontik ve restoratif diş hekimliği uygulamaları (amputasyon, kanal tedavisi, dolgu vb.)
- Travmatik diş yaralanması ve tedavisi
- Çocuk protezleri ve yer tutucu uygulamaları (48)

Özellikle çocuklarda bilinen ve bilinmeyen hastalıkların belirtilerinin ortaya çıkarılması için ağız içi ve dışı muayenelerin sonucunda ortaya düzgün bir tanı çıkarılması, çocuk ve aile ile doğru iletişim kurulması ve her konuda bilgi sahibi olmaları sağlanması oldukça önemlidir. (49)

İmplantoloji; latince “*in*”: içerisinde ve “*planto*”: dikme, ekme, yerleştirme ve gömme gibi anlamlara gelen sözcüklerin bir araya gelmesiyle oluşmuştur. (50) Anlam olarak incelediğimizde ise kaybolan dokuların tedavi estetik ve fonksiyon sağlamak gayesiyle yerleştirilen organik ve inorganik maddelere implant denmektedir. İmplantasyon ise implantın yerleştirme işlemidir. (51)

İmplant tedavisi ile ortaya çıkarılması istenen en büyük amaç hastaların kaybolan fonetik, estetik, fonksiyon ve psikososyal bütünlüğün yeniden kazandırılmasıdır. (52)

Hastaların implant tedavisine olan ihtiyaçları; hastaların yaşlarının ilerlemesi, yaş ilerlemesinden kaynaklı diş kayıpları, kişilerin diş yapılarından kaynaklı komplikasyonlar, yeterli performans göstermeyen hareketli protez, diş kaybı yaşayan hastaların duygusal durumları gibi konulardan kaynaklanır. (53) Günümüzde en çok tercih edilen tedavi yöntemlerinden biri dental implant uygulamalarıdır. (54)

Periodontoloji; dişin ağızda tutulması ve sağlığının korunması için gerçekleştirilen tedavilerin genel ismi olan periodontoloji; hastaların diş çekilmeden önce

yaş, dişin formu, cinsiyet, sistemik problemler, sosyo ekonomik durum, sigara kullanımı, eğitim, ağız hijyen alışkanlıkları gibi hastalıkların tedavi edilmesini sağlar. (55)

Periodontal hastalık, diş yüzeyindeki mikrobiyal plaklara karşı lokal konağın immün tepkisi sonucu yumuşak doku, kemik ve periodontal ligamanın tahrip olmasıyla karakterizedir. (56) Başarılı periodontal tedavi için hastanın sistemik durumunun, ağız bulgularının ve plak önleme yöntemlerinin, hizmet alanının ve olası risk faktörlerinin dağılımının dikkatle incelenip değerlendirilmesi gerekir. (57)

Ağız ve çene cerrahisi; Ağız Diş ve Çene Cerrahisi Bölümü, konvansiyonel ve cerrahi diş çekimi, diş yara cerrahisi, implant yerleştirme, çene kist ve tümörlerinin cerrahisi ve rekonstrüksiyonu, preprotetik cerrahi, çene kırığı cerrahisi, ortognatik cerrahi ve çene artroplastisi gibi çene-yüz cerrahisi hizmetleri sunmaktadır. Aynı zamanda yüz bölgesi ile ilgili ameliyatlara yapıldığı bir bilim dalıdır. (58)

Estetik diş hekimliği; estetik diş işlemleri söz konusu olduğunda, diastema olarak ortaya çıkan doğumsal diş aralıkları, gummysmile tabirinin kullanımında diş etlerinin aşırı açığa çıkması, kaza sonucu kırılan dişin hastanın fonksiyon ve estetik görünümünü bozduğu durumlar gibi durumlarda; ağız yapısı, mevcut veya sonradan ortaya çıkan anomaliler hastanın psikolojik durumunu etkileyebilir. Yapıda oluşturabileceği rahatsızlık nedeniyle tedavi hedefiyle dolaylı olarak ilgili olan müdahaleler estetik müdahaleler içerisinde değerlendirilebilir. Estetik problemler sonucu oluşan ruhsal rahatsızlık sorunlarını da tedavi etmeyi amaçlamaktadır. (59)

Her ne kadar estetik algı insanların yaşadığı yer, kültür ve sosyal çevrede rol oynasa da diş hekimliğinde estetik kriterlerin belirlenmesinde belli standartlar vardır. Bu standartlar; beyaz estetik ve pembe estetik olmak üzere iki ana grupta değerlendirilebilir. Beyaz estetiğini oluşturan unsurlar; diş formu, şekli ve boyutu, altın oran, pozisyonları, diş eğimi, diş temas oranları, rengi, dizilimi ve orta hat simetrisidir. Dişlerle ilgili unsurlar güzel bir gülümsemeyi etkilese de onları çevreleyen yumuşak dokular da oldukça önemlidir. Pembe estetik ise; diş etlerine yapılan estetik işlemlerine denilmektedir. (60)

2.4.2. Dental turizm destinasyonları

Son yıllarda sayısı her geçen gün artan sağlık turizmi, tarih boyunca insanları seyahat etmeye yönelten en önemli etkenlerden birisi olmuştur. Medikal turizm veya tıp turizmi, sağlık turizminin tedavi olmak veya doktor gözetimi gerektiren türüdür. Turizm

pazarlamasının içerisinde önemli bir yeri olan dental turizm hizmetleri; havaalanı transferi, konaklama, gezi ve tedavi almayı içeren bir paket şeklinde sunulmaktadır. (39)

Genellikle gelişmiş ülkelerde yapılan dental turizm, ekonomik sebeplerden ötürü daha az gelişmiş olan ülkelere de yapılmaktadır. Sunulan hizmetin kalitesi, ekonomik durumlar ve sağlık hizmeti almak isteyen turistte sunulan ek turizm faaliyetleri, sağlık turizmi veren ülkeler arasında seçim yapma tercihlerini değiştiren etkenler arasındadır. Dental turizm alanında ortaya çıkan yöntemler implantların kalitesi, popüler ve başarılı doktorlar gibi unsurlar, turistlerin diş kliniklerini tercih etme sebepleri arasında yer almaktadır. (36)

Dental turizm sağlık turizminin içerisinde daha az ilgi gören tedavi türüdür. Oysaki dental turizmin, destinasyonlar bakımından katma değer üretmede önemli bir potansiyeli vardır. Türkiye dental turizm açısından alt yapısını uluslararası düzeye yükseltmiştir. Bunun yanında turizm destinasyonları hastaların tercih ettiği yerler olması dolayısıyla dünyadaki dental turizm pastasının önemli bir kısmını elinde tutmaktadır. Özellikle ülkemizdeki dental turizmin fiyat avantajları bu potansiyeli daha da arttırmaktadır. (61)

2.5. Dünya’da ve Türkiye’de Dental Turizm Destinasyonları

Avrupa’da ve dünyanın birçok ülkesinde artan yaşlı nüfus, sağlık hizmetlerine olan talebi her geçen gün artırmaktadır. Sosyal güvenlik sistemleri ihtiyaçları karşılayamadığı için sistemler, hastaları diğer ülkelerde uygun gördükleri tesislere yönlendirerek bu sorunları çözmeye çalışmaktadır. Hastaların bekleme sürelerinin daha uzun olması ve hizmetin diğer ülkelerde daha ucuza sunulması bu sistemi daha da cazip hale getirmektedir. Ayrıca bireysel sağlık hizmetine ihtiyaç duyan kişiler, kendi imkanları ve arayışlarıyla birçok ülkeye seyahat etmekte, tedavilerini almakta ve o ülkede turizm olarak tanımlanan faaliyetlerde bulunmaktadır. Bu nedenle aracı seyahat şirketlerinin devreye girmesi ile daha önce ağırlıklı olarak genel sağlık alanında uygulamalarını gördüğümüz bu yeni sağlık hizmetleri kapsamına “diş sağlığı hizmetleri” de katılmaya başlamıştır. Dünyanın birçok ülkesinde dental turizm şeklinde belirtilen bu uygulamaların en farklı örnekleri Polonya, Hindistan, Macaristan ve Meksika’da görülmektedir. (62)

1990’lı yılların sonundan 2000’li yıllara kadar Amerika Birleşik Devletleri, Singapur başta olmak üzere Asya’daki ülkeler ve Batı Avrupa ülkeleri önemli dental turizm merkezlerinden olmuştur. 2000 yıllardan sonra ise Avrupa’da Çek Cumhuriyeti,

İspanya, Bulgaristan, Polonya, Türkiye, Macaristan, Asya'da ise Tayland ve Hindistan gibi ülkelerde de dental turizm hız kazanmıştır. Ülkelerinde dental turizm hizmetlerinin bulunmaması, pahalı olması, gelişmemiş olması, memnuniyetsizlik veya başka ülkelerde daha kaliteli ve ucuz hizmet sunulması gibi nedenlerle birçok gelişmiş ülke vatandaşının dental turizm arayışına girdiği görülmektedir. İnternet ve diğer iletişim araçları sayesinde insanların sağlık hizmetlerinin gelişimini takip etmesi ve bilgi alması kolaylaşmaktadır. Bu hizmetleri almak için seyahat etmenin kolaylığı dış turizminin gelişmesine katkıda bulunmuştur. Dental turizmin gelişimi aynı zamanda nüfusun yaşlanması, gelirlerin artması ve belirli diş hekimliği hizmetlerinin sunumundaki artıştan da etkilenmiştir. (63)

Fransa, İngiltere ve Almanya gibi birçok Avrupa ülkesinde ve Amerika kıtasının birçok ülkesinde diş tedavileri sigorta kapsamına girmemektedir. Özellikle pahalı ve uzun soluklu diş tedavileri için kıyas yapan hastalar, daha uygun maliyetli ve daha iyi hizmet görebilecekleri ülkelere giderek hem tatil yapmak hem de sağlık tedavilerini gerçekleştirmek adına seyahat etmektedirler. (64)

Diş tedavisi için ülkemize gelen kişiler, kliniklerin son teknolojiye sahip ekipmanları sayesinde ulusal standartların üzerinde aradıkları tedaviyi alabilmektedir. Dental turistler; zengin tarihi ve kültürüyle ünlü olan Türkiye'nin eşsiz doğal güzelliklerini keşfetme fırsatına sahip olabilmektedirler. (65)

2.6. Sağlık Turizminde Alanya Pazarı

Sağlık turizmi alanında son yıllarda hızla ivme gösteren destinasyon alanlarından biri olan Türkiye, modern ve kaliteli sağlık hizmetleri ve özellikle turistlere bütçe dostu olabilecek fiyatları ile dünyada sağlık hizmetlerinden yararlanmak isteyen insanları kendisine çekmektedir.

Güvenli ve konforlu bir ortam; ülkemiz turizm destinasyon alanlarının ultra lüks durumları ve bunun yanında yine ülkemizin en güvenli ülkeler arasında olması sağlık turizmini yapmak isteyen turistler için cazibe merkezi haline getirmektedir.

Antalya'nın en gözde ilçelerinden biri olan Alanya ise Türkiye'nin gözde sağlık turizmi alanlarından birisidir. Hava alanlarının fazlalığı, doğası ve kültürel zenginlikleri ile sağlık turizmi için gerekli olan bütün imkanlara sahiptir.

Kaliteli sağlık hizmetleri; uluslararası standartlarda hizmet veren birçok sağlık kurumu bulunan Alanya'da; estetik cerrahi, tüp bebek, kalp ve damar cerrahisi, diş hekimliği ile ilgili alanlar, ortopedi ve onkoloji gibi sağlık hizmetleri verilmektedir.

Uygun fiyatlar; özellikle son yıllardaki ekonomik durumlar döviz kurunun artmasına böylelikle dövizin değer kazanmasına sebep olmuştur. Bu yüzden Alanya sağlık hizmetleri ve turizm açısından fiyatları en düşük olan yerler arasında bulunmaktadır. (66)

Ülkemizin önemli turizm destinasyonlarından biri olan Alanya'nın ülkeye gelen turistlerin %15'ine yakınını misafir etmesi azımsanamayacak boyuttur. 2019 verilerine göre ülkemize gelen 40 milyona yakın turistin 6 milyona yakını Alanya'ya gelmiştir. Bunun yanında daha fazla turisti ağırlayabilecek kapasitesi ve yeni turizm alanlarını aılabilecek yeterliliğe sahip olması da gelecek açısından olumlu bir durumdur. Alanya termal turizm açısından önemli bir yere sahip olmamasına rağmen siyah su olarak bilinen ve bol kükürt içeren Antalya'nın diğer ilçelerinden biri olan Gazipaşa'da bulunan Ilıca Kaplıcalarına yakın olması ile avantajlı olmasıdır. Bu alanların geliştirilip turistik tesis haline getirilebilmesi ile bu alan sağlık turizmine kazandırıla bilinir. şu anda turistler çadır kurarak bu alandan yararlanmaktadırlar. (67)

Alanya'daki medikal turizme baktığımızda da turistlerin birçoğunun estetik, diş implant tedavileri ve sa ekimi tedavilerine yoğunluk gösterdiği görülmektedir. (68) Alanya, sağlık turizmi yetki belgesine sahip birçok sağlık merkezleri ile medikal turizm alanında ilerleme kaydetmektedir.

Yaşlı turizmi; yaş almış bir bireylerin sağlık turizminde tercihleri genellikle sakin, gelişmiş ve ılıman bölgeler olmaktadır. Hizmet birimlerine baktığımızda ise klinik oteller, tatil köyleri, eğlence dinlence alanları ve bakım evleridir. Bu özelliklere baktığımızda da yine Alanya'nın bütün bu özelliklere sahip olduğu görülmektedir. (69) Dolayısıyla Alanya ilçesi tercih edilebilen bir destinasyon olabilir.

Engelli turizmi; engelli bireylerin turizm faaliyeti gerçekleştirmek için ihtiyaç duydukları engelli uygulamalarının kendilerine sağlanması engelli turizmi açısından çok önemlidir. Bu anlamda geliştirilmesi gereken birçok alanı olmasına rağmen Türkiye'deki engelli yaşama uyum sağlamış en iyi merkezlerden bir tanesi Alanya'dır. Bu alanların yeterli düzeye getirilmesiyle Alanya'daki turizm acenteleri diğer turizm alanlarına göre rekabet avantajını sağlayabilecektir. (70)

2012 yılında hayata geçirilen engelsiz park ve yaşam merkezi tüm engel grupları için düzenlenmiştir. Alanya Belediyesi'nin hizmetleri arasında yer alan bu projede “MİMİK” isimli yazılım sayesinde engelli bireylerin kaş kaldırma, dudak veya baş hareketleri ve göz kırpmaya gibi hareketler ile bilgisayar kullanabilmeleri için hazırlanan sistem, engelliler için ayrı bir odada kullanılabilir. (71)

Bu merkezin içerisinde psikologlar, fizyoterapistler, işaret dili tercümanları, çocuk gelişimi uzmanları, proje uzmanı ve danışma görevlisi bulunmaktadır. Bu mekân ayrıca engelli bireylerin ve ailelerinin özel sorunlarına da çözüm sağlayabilmek adına danışmanlık hizmeti vermektedir. Alanya'ya gelen engelli turistler de bu hizmetten yararlanabilmektedir. (71) Böylelikle Alanya'ya gelen engelli sağlık turistleri de bu imkanlardan faydalanabilmektedir.

2.7. Sağlık Turizminde Alanya Dental Turizm Pazarı

Alanya'da toplam 40 adet özel ağız ve diş kliniği bulunmaktadır. Bunlardan saha çalışmasına dahil edilen 20 özel ağız ve diş kliniğinin yalnızca 11'inde sağlık turizmi yetki belgesi bulunmaktadır. Aynı zamanda Sağlık Bakanlığı'na bağlı 1 adet Alanya Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi ve 1 adet de Alaaddin Keykubat Üniversitesi'ne bağlı ağız ve diş sağlığı merkezi bulunmaktadır. (72)

Kaçmaz YY, Kahveci A.'nın, dental turistlerin dental turizm deneyimlerine yönelik Alanya örneğinde yaptıkları araştırmalarında; dental turistlerin Alanya'yı diğer dental turizm destinasyonları ile arasında farklı bir sonuç elde etmedikleri belirtilmiştir. Swot analizi üzerinden düşündüğümüzde bu durumun fırsatlar ve tehditler içerdiği düşünülebilir. Tehdit olarak baktığımızda halihazırda bulunan pazarlama ve tanıtım argümanlarının dental turistlere ulaşmadığı veya etkilemediği söylenebilir. Fırsat olarak baktığımızda ise eğer turistlere yeteri kadar pazarlama ve tanıtım faaliyetleri yapılabilirse Alanya'nın sahip olduğu turizm pazarının etkisi sağlık turizminin diğer destinasyonlar arasında farkını ortaya koyabilir. Çünkü araştırmaya katılan deneklerin birçoğunun orta yaş ve üzeri dental turistlerin oluşturulduğu görüldüğünde turizm destinasyonlarını işe yarayabileceği düşünülmektedir. (40)

3.YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın metodolojisi hakkında bilgi verilecektir. Araştırmanın amacı, önemi, araştırmada kullanılan yöntem, araştırmanın varsayımları ve kısıtlıkları hakkında bilgiler sunulmuştur.

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Ülkemizde sağlık turizmi gelişmekte olan bir pazardır. Sağlık turizmi içerisinde dental turizm önemli bir paya sahiptir. Dental turizm ülkelere üstün rekabet ortamı sunmakta ve bundan pay almak adına işletmeler önemli adımlar atmaktadır. Son yıllarda Türkiye sağlık turizmi alanında önemli destinasyonlardan biri hâline gelmiştir. Ancak turizm yapısının kitle turizme yönelik olması, ürün çeşitlendirmesi yapmamıza engel olmakta, sağlık turizmi içerisinde yer alan dental turizmini sınırlı bir hâle getirmektedir. Bu anlamda dental turizm açısından ve Alanya pazarının, sağlık turizmine etkisi, sağlık turistlerinin demografik özellikleri, uygulanan işlemlerin neler olduğu ve hangi ülkeler tarafından daha çok tercih edildiğinin belirlenmesi ile bu pazara katkı sağlayacağı amaçlanmıştır.

Çalışmanın amacı, Alanya ilçesinde yer alan özel ağız ve diş sağlığı merkezlerine başvuran dental turistlerin demografik özellikleri ile alınan hizmetlere yönelik pazarlama karması (ürün, fiyat, yer, tutundurma) arasındaki ilişkiyi ortaya koymak ve hangi faktörlerin dental turistler açısından daha önemli olduğunu incelemektir. Ülkemizin dental turizm başlığı vasıtasıyla; sağlık turizmi vizyonuna da katkıda bulunmak araştırmanın nihai amacıdır. Dental turistlerin, dental turizm süreçlerine yönelik değerlendirmelerini ölçmek ve bu değerlendirmeleri demografik değişkenler ışığında incelemek için, anket yöntemi ile veriler toplanarak ve toplanan veriler analiz edilerek, demografik faktörler içerisinde hangi faktörün ve dental turizmde tercih edilen tedavi yöntemlerinden hangilerinin dental turizm süreçlerine yönelik daha yüksek öneme sahip olduğuna ilişkin sonuca varılmaya çalışılacaktır.

İncelenen çalışmalarda Antalya/Alanya yöresinde bulunan ağız ve diş sağlığı merkezlerinin sağlık turizmi kapsamında ele alınmadığı görülmüştür. Bu açıdan yapılan çalışma ile hem ileride yapılacak olan bilimsel çalışmalara kaynak sağlamak hem de Alanya ilçesinde sağlık turizminden elde edilecek geliri arttırarak ülkenin elde edeceği döviz girişinin artmasına katkı sağlanacaktır.

3.2. Araştırmanın Yöntemi

Nicel araştırma deseninin kullanıldığı bu çalışmada veri toplama yöntemi olarak anket tekniği kullanılmıştır. Nicel araştırma yöntemleri temel olarak kişilerin tutum ve davranışlarını, gözleme, deneye ve teste dayalı olarak nesnel bir şekilde ölçmeyi amaçlayan araştırma yöntemidir. (73) Araştırmada nicel araştırma yönteminin seçilmesinin nedeni, nicel araştırma yöntemlerinin, kesin ifadeler ile sonuçlanması ve objektif olması ile paralel olarak, genel sonuçlar elde etmeye yönelik imkân tanınmasıdır.

Araştırmamıza Alanya ilçesinde yer alan ağız ve diş sağlığı merkezlerinden özel klinikler dahil edilmiştir. Sağlık Bakanlığı'nın sağlık turizmi ile ilgili web sayfasından edinilen listede Alanya'da 40 özel kliniğin faaliyet gösterdiği görülmektedir. Bu kliniklerin tam sayım yöntemi ile tamamına anket formu gönderilmiş, 20 klinikten geri dönüş alınmıştır.

Merkezlere sağlık turizmi kapsamında gelen dental turistlerin demografik özellikleri, merkez tarafından uygulanan tedavinin kapsamı, uygulanan ücret politikasının incelenmesi üzerine soruların bulunduğu form doldurtularak veriler toplanmıştır. Telefon ve e-posta adresleriyle ulaşılmaya çalışılarak web tabanlı google forms üzerinden oluşturulmuş elektronik anketlerin gönderilmesi sağlanmıştır. Anket 26 ifadeden oluşmaktadır. Ankette yer alan ifadeler literatür taraması sonucunda araştırmacı tarafından oluşturulmuştur. EK-1

Çalışma tanımlayıcı bir araştırma niteliğinde olup araştırmada toplanan verilerin analizi SPSS istatistik programı kullanılarak yapılmıştır. Veriler frekans ve yüzde değerleriyle özetlenmiştir.

3.3. Araştırmanın Varsayımları

Araştırmaya katılan özel diş kliniklerinin ankette yer alan sorulara samimi, doğru ve güvenilir bir şekilde cevaplandıkları varsayılmıştır. Katılımcıların anketteki ifadelerinde, çalışmanın amacına uygun aynı zamanda kullanılan istatistiksel yöntemin araştırmaya uygun veriler verdiği varsayılmıştır.

3.4. Araştırmanın Kısıtlılıkları

Araştırma sırasında karşılaşılan bazı kısıtlılıklar araştırmanın ilerlemesini geciktirmiş ve yeterli verilerin toplanmasına engel olmuştur. Çevrimiçi anketin ulaştırılması için telefonla iletişim kurabilmek ve anketlerin ulaştırılacağı maillerin

teminin zorluğu araştırmada kısıtlamaya neden olmuştur. Ayrıca dental kliniklerin yoğunlukları ve bilgi paylaşmaktan sakınmaları kısıtlı erişime neden olmuştur. Ankete katılım kısıtlılığı kliniklerin genelde katılım sağlamak istememeleri sonucunda sınırlı kalmıştır.



4. BULGULAR

Araştırmanın sonucunda elde edilen bulgular ve analizler aşağıdaki başlıklarda oluşturulmuştur.

4.1. Çalışmaya Katılan Kliniklerin Demografik Özellikleri

Çalışmaya katılan kliniklerin faaliyet sürelerine bakıldığında %45'inin (n=9) 0-5 yıl, %20'sinin (n=4) 6-10 yıl, %15'inin (n=3) 11-15 yıl, %20'sinin (n=4) ise; 16-20 yıl faaliyet gösterdiği görülmektedir. Tablo 4.1'de çalışmaya katılan kliniklerin faaliyet süreleri verilmiştir.

Tablo 4. 1. Çalışmaya katılan kliniklerin faaliyet süreleri

Faaliyet süreleri (yıl)	N	Yüzde (%)
0-5	9	45
6-10	4	20
11-15	3	15
16-20	4	20
Toplam	20	100

Araştırmamızda çalışmaya katılan kliniklerin hasta kapasiteleri tablo 4.2.'de verilmiştir. Tabloya bakıldığında; %25'inin (n=5) 11-20 hasta sayısı, %5'inin (n=1) 21-30 hasta sayısı, %70'inin ise (n=14) 31'den fazla hasta sayısı olduğu görülmektedir.

Tablo 4. 2. Çalışmaya katılan kliniklerin hasta kapasiteleri

Hasta sayıları	N	Yüzde (%)
11-20	5	25
21-30	1	5
31'den fazla	14	70
Toplam	20	100

Araştırmaya katılan kliniklerin şube sayılarına Tablo 4.3.'e bakıldığında; %90'ının (n=18) şube sayısı 1, %10'u ise (n=2) şube sayısı 3 ve üzeri olduğu görülmektedir.

Tablo 4. 3. Çalışmaya katılan kliniklerin şube sayıları

Şube sayıları	N	Yüzde (%)
1	18	90
3 ve üzeri	2	10
Toplam	20	100

Çalışmaya katılan kliniklerin belge süreleri Tablo 4.4.'de incelendiğinde; %30'u (n=6) 0-3 yıl, %15'i (n=3) 4-6 yıl, %5'i (n=1) 7-10 yıl, %5'i (n=1) diğer, %45'in ise (n=9) sağlık turizmi belgesine sahip olmadığı görülmektedir.

Tablo 4. 4. Çalışmaya katılan kliniklerin belge süreleri

Belge süreleri (yıl)	N	Yüzde (%)
0-3	6	30
4-6	3	15
7-10	1	5
Diğer	1	5
Sağlık turizmi belgesi yok	9	45
Toplam	20	100

4.2. Kliniklere Başvuran Yabancı Uyruklu Hastaların Demografik Özellikleri

Çalışmaya katılan kliniklere başvuran yabancı uyruklu hastaların cinsiyetlerine bakıldığında Tablo 4.5'te %10'u (n=2) erkek, %90'ı (n=18) kadın olduğu görülmektedir.

Tablo 4. 5. Kliniklere başvuran yabancı uyruklu hastaların cinsiyeti

Cinsiyet	N	Yüzde (%)
Erkek	2	10
Kadın	18	90
Toplam	20	100

Araştırmada çalışmaya katılan kliniklere başvuran yabancı uyruklu hastaların yaşlarına bakıldığında Tablo 4.6'da %45'inin (n=9) 31-40 yaş, %40'ının (n=8) 41-50 yaş, %15'inin (n=3) 50 yaş üstü hastalar olduğu görülmektedir.

Tablo 4. 6. Kliniklere başvuran yabancı uyruklu hastaların yaşları

Hasta yaşları	N	Yüzde (%)
31-40	9	45
41-50	8	40
50 üstü	3	15
Toplam	20	100

Kliniklere başvuran hastaların ikamet yerleri incelendiğinde %70'inin (n=14) yurtdışı, %30'unun (n=6) ikamet yerleri Alanya olduğu görülmektedir.

Tablo 4. 7. Kliniklere başvuran yabancı uyruklu hastaların ikamet yerleri

İkamet yerleri	N	Yüzde (%)
Yurtdışı	14	70
Alanya	6	30
Toplam	20	100

Çalışmaya katılan kliniklere başvuran hastaların geldikleri ülkelere bakıldığında; %15'i (n=3) Asya, %65'i (n=13) Avrupa, %10'u (n=2) Türkiye Cumhuriyeti, %5'inin ise (n=1) hem ABD hem de diğer ülkeler olduğu görülmektedir.

Tablo 4. 8. Kliniklere başvuran yabancı uyruklu hastaların en çok geldikleri ülkeler/bölgeler

Ülkeler/bölgeler	N	Yüzde (%)
Asya	3	15
Avrupa	13	65
Türkiye Cumhuriyeti	2	10
ABD	1	5
Diğer	1	5
Toplam	20	100

Araştırmada yer alan kliniklere gelen hastaların sigorta türlerine bakıldığında; %25'i (n=5) özel sağlık sigortası, %70'i (n=14) kendi imkanları ile, %5'i (n=1) ise diğer sigorta türleri olduğu görülmektedir.

Tablo 4. 9. Kliniklere gelen hastaların sigorta türleri

Sigorta türü	N	Yüzde (%)
Özel sağlık sigortası	5	25
Kendi imkanları	14	70
Diğer	1	5
Toplam	20	100

4.3. Kliniklerin Dental Turizm Verileri

Çalışmaya katılım sağlayan kliniklerin; dental turizmin sağlık turizmi içerisindeki önemine yönelik soruya, %80'i (n=16) evet, %20'si ise (n=4) hayır yanıtını verdiği görülmüştür.

Tablo 4. 10. Dental turizmin sağlık turizmi çeşidi içerisindeki yeri

Dental turizmin önemi	N	Yüzde (%)
Evet	16	80
Hayır	4	20
Toplam	20	100

Araştırmaya katılan klinikleri rakiplerinden ayıran özelliklere bakıldığında Tablo 4.11'de %65'i (n=13) hizmet kalitesi, %5'i (n=1) hekim tanınırlığı, %30'u (n=6) ise müşteri memnuniyeti gibi özellikler olduğu görülmüştür.

Tablo 4. 11. Klinikleri rakiplerinden ayıran özellikler

Özellikler	N	Yüzde (%)
Hizmet kalitesi	13	65
Hekim tanınırlığı	1	5
Müşteri memnuniyeti	6	30
Toplam	20	100

Çalışmaya katılım sağlayan kliniklere gelen hastalar ile iletişim kanallarını incelediğimizde; %40'ı (n=8) sesli telefon, %25'i (n=5) mesaj, %20'si (n=4) klinikte yüz yüze, %15'i (n=3) ise mail ile iletişim kanalları olduğu görülmektedir.

Tablo 4. 12. Kliniklere gelen hastalar ile iletişim kanalları

İletişim kanalları	N	Yüzde (%)
Sesli telefon	8	40
Mail	3	15
Mesaj	5	25
Klinikte yüz yüze	4	20
Toplam	20	100

Çalışmaya katılan kliniklerin yabancı hastalar için tercümede ihtiyaç duyduğu dillere bakıldığında; %31'i (n=13) Rusça, %28,6'sı (n=12) İngilizce, %16,7'si (n=7) Almanca, %11,9'u (n=5) Arapça ve diğer olduğu görülmektedir.

Tablo 4. 13. Kliniklerin tercümede ihtiyaç duyduğu diller (Birden çok seçmeli soru)

Diller	N	Yüzde (%)
İngilizce	12	28,6
Almanca	7	16,7
Rusça	13	31
Arapça	5	11,9
Diğer	5	11,9
Toplam	42	100

Araştırmaya katılan kliniklerde en çok uygulanan tedavi yöntemlerini incelediğimizde; en çok %22,4'ü (n=19) implantoloji, %21,2'si (n=18) estetik diş, %12,9'u (n=11) endodonti, %11,8'i (n=10) ağız ve çene cerrahisi, %8,2'si (n=7) ortodonti, pedodonti ve diğer tedavi türleri olduğu görülmektedir.

Tablo 4. 14. Klinikte en çok tercih edilen tedavi türleri (Birden çok seçmeli soru)

Tedavi türleri	N	Yüzde (%)
Endodonti	11	12,9
Periodontoloji	6	7,1
Ağız ve çene cerrahisi	10	11,8
İmplantoloji	19	22,4
Estetik diş hekimliği	18	21,2
Ortodonti	7	8,2
Pedodonti	7	8,2
Diğer	7	8,2
Toplam	85	100

Araştırmaya katılım sağlayan kliniklere gelen hastaların kliniğe ulaşım kanallarına bakıldığında Tablo 4.15'te; %36,7'si (n=18) müşteri memnuniyet sonuçları ile, %32,7'si (n=16) hastanın kendi imkanları ile, %16,3'ü (n=8) diğer ulaşım kanalları ile, %14,3'ü (n=7) sağlık turizmi aracı kuruluşu ile kliniklere ulaştıkları görülmektedir.

Tablo 4. 15. Hastaların kliniklere ulaşım kanalları (Birden çok seçmeli soru)

Ulaşım kanalları	N	Yüzde (%)
Sağlık turizmi aracı kuruluşu ile	7	14,3
Hastanın kendi imkanları ile	16	32,7
Müşteri memnuniyet sonuçları ile	18	36,7
Diğer	8	16,3
Toplam	49	100

Araştırmaya katılan kliniklerin reklam verilerini incelediğimizde; %73,9'un (n=17) sosyal medya, %17,4'ü (n=4) diğer reklam kanalları, %4,3'ü (n=1) ise hem yerel ve ulusal basın hem de billboardlar kanalları olduğunu görülmektedir.

Tablo 4. 16. Kliniklerin reklam verileri (Birden çok seçmeli soru)

Reklam kanalları	N	Yüzde (%)
Sosyal medya	17	73,9
Yerel ve ulusal basın	1	4,3
Billboardlar	1	4,3
Diğer	4	17,4
Toplam	23	100

Çalışmaya katılan kliniklerin dental turizm pazarında etkilendikleri faktörler ele alındığında; pazar araştırması faktörü için %45 (n=9) oranında katılımcı pazar araştırmasını yüksek oranda etkileyen faktörler arasında düşünmekte, %25 (n=5) oranında çok yüksek olduğu %20 (n=4) ve orta derecede önemli olduğunu düşünenler ise %10 (n=2) oranında az olduğu düşünülmektedir. Maliyet hesaplaması faktörüne incelendiğinde %45 (n=9) ile bu faktörün yüksek derecede etkili olduğunu düşünmektedir, %30 (n=6) ile çok yüksek olduğu düşünülmektedir ve %25 (n=5) ile orta derecede etkili olduğunu düşünmektedir. Sunulacak hizmetin teknolojik boyutu için tablo 4.17 de görüldüğü üzere %35 (n=7) oranında çok yüksek, yüksek ve orta %30 (n=) ve %5 (n=1) ile az öneme sahip olduğunu düşünmektedir. Müşteri memnuniyeti etkisinin ise çok yüksek olduğu %45 (n=9) oranında, yüksek olduğu %40 (n=8) ve %15 (n=3) oranında orta derecede önemli olduğunu düşünmektedirler. Kararlılık faktörü ele alındığında %55 (n=11) ile yüksek oranda etkili olduğunu düşünmektedir, çok yüksek olduğunu düşünen %30 (n=6) ve %15 (n=3) oranı ile orta seviyede önemli olduğu düşünülmektedir. Zaman faktörünün etkisi incelendiğinde %50 (n=10) ile yüksek olduğunu düşünülmektedir, %30 (n=6) ile çok yüksek ve %10 (n=2) ile orta seviyede etkili olduğunu düşünülmektedir. Kalite konusunda ise %45 (n=9) ile çok yüksek ve yüksek olduğunu düşünmekte ve %10 oranında (n=2) ile orta seviyede olduğu düşünülmektedir.

Tablo 4. 17. Kliniklerin dental turizm pazarında etkilendikleri faktörler

Faktörler	N					Toplam	Yüzde (%)					Toplam
	Hiç	Az	Orta	Yüksek	Çok Yüksek		Hiç	Az	Orta	Yüksek	Çok Yüksek	
Pazar Araştırması	-	2	4	9	5	20	-	10	20	45	25	100%
Maliyet Hesaplaması	-		5	9	6	20	-		25	45	30	100%
Sunulacak Hizmetlerin Teknolojik Boyutu	-	1	6	6	7	20	-	5	30	30	35	100%
Müşteri Memnuniyeti	-	-	3	8	9	20	-	-	15	40	45	100%
Kararlılık	-	-	3	11	6	20	-	-	15	55	30	100%
Zaman	-	-	4	10	6	20	-	-	10	50	30	100%
Kalite	-	-	2	9	9	20	-	-	10	45	45	100%

5. TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

Dünya genelinde modern/kurumsal anlamda XX. yüzyılın son çeyreğinde gelişmeye başlayan sağlık turizmi, Türkiye’de de XXI. yüzyılın başından itibaren büyüyen ve gelişen bir sektör haline gelmiştir.

Sağlık turizmi, ülkeler üzerinde hem soyut hem de somut birçok katkı sağlayan önemli bir sektördür. Bir kişinin sağlığını geri kazanmak amacıyla seyahat ettiği ülkeden iyileşmiş olarak dönmesi, o ülkenin sağlık sistemine ve hekimlerine yönelik olumlu referanslar sunarak soyut anlamda büyük bir katkı sağlamaktadır. Ayrıca, sağlık turizmi seyahatleri sadece sağlık avantajları sağlamakla kalmaz, aynı zamanda sosyal ve kültürel etkileşimleri beraberinde getirmektedir. Uluslararası düzeyde ilişkilerin gelişmesine katkıda bulunmakta ve ülkeler arasında bir kültür alışverişi ortamı yaratmaktadır. Somut anlamda ise sağlık turizmi, küresel pazarda ticaret olanakları doğurmakta ve ülkeler arasında bilgi ve teknoloji transferini teşvik etmektedir. Bu, sağlık sektöründe ve etkileşimde bulunduğu diğer alanlarda yeni istihdam olanakları oluşturmaktadır.

Sağlık turizminin gelişmesi için yapılan yatırımlar sadece turistlere değil, aynı zamanda ülke vatandaşlarına da fayda sağlamaktadır. Bu yatırımlar, sağlık altyapısının iyileştirilmesine ve modernleştirilmesine katkıda bulunmaktadır. Sonuç olarak, hem yabancı hastaların hem de yerel vatandaşların memnuniyet seviyesinin artmasıyla birlikte, sağlık turizmi ülkeler için kapsamlı ve sürdürülebilir bir avantaj sunmaktadır.

Türkiye, sağlık turizmi ve özellikle dental turizm açısından sunduğu kaliteli hizmetler, deneyimli sağlık personeli ve rekabetçi fiyatlarla ön plana çıkmaktadır. Yapılan literatür taraması, Türkiye’de dental turizm uygulamalarına olan uluslararası talebin de arttığını göstermektedir.

Kanca S. ve Kaya M.C. nin, Trabzon’da faaliyet gösteren 250 diş hekimi ve seyahat acentasının dental turizm faaliyetleri üzerine yapmış oldukları çalışmada Trabzon şehrinin dental turizm için bir pazar olduğunu, turistlerin dental hizmetler ile birlikte birçok medikal hizmetleri de bu şehirde alabildikleri fakat çoğu turistin bu hizmetleri bir seyahat acentası vasıtası ile değil, bireysel olarak satın aldıklarını ve bu doğrultuda Trabzon’un dental turizm destinasyonu olabilme kapasitesi bulunduğu ve dental tedavi için bu şehri seçecek hastaların turizm ihtiyaçlarını giderebilecek olanakların mevcut olduğunu bildirmişlerdir. Sonuçlar ışığında; Trabzon’daki dental turizm paydaşlarının ve

sağlık turizmi acentalarının yurtiçi ve yurtdışında tanıtımları yoğunlaştırmalarını ve paydaşların dijital mecraayı daha etkin kullanmaları önerilmiştir. (74)

Işık C.'nin yapmış olduğu çalışmada; Kuşadası'nda yaşayan yerleşik yabancıların dental turizm için hedef bir pazar olduğu, turizm amaçlı gelen yabancıların ise tatil süreçlerinde bu hizmeti aldıkları ve bu süreçte çoğunlukla aciliyet gösteren durumlar için başvurduklarını belirtmişlerdir. (64)

Gönül E.ve İçöz O. 'nun, dental turistlerin destinasyon ziyaret motivasyonlarını belirlemek amacıyla 206 dental turiste ulaşarak, 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 belirlemek amacıyla yapmış oldukları çalışmada; bölgenin turizm çekiciliklerinin tercih konusunda önemli bir etkisinin bulunmadığı ve ikincil derecede önem verilen değişkenlerin ise hizmet kalitesi, fiyat uygunluğu ve ulaşım avantajları olduğunu bildirmişlerdir. 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 aldığını bildirmişlerdir. (36)

Tanrısevdi A. ve Işık C. (2020), Alman dental turistler üzerinde dental turizm pazarında iki rakip ülke olan Türkiye ve Macaristan'daki dental tedavi fiyatlarını karşılaştırmak amacıyla yapmış oldukları çalışmanın sonucunda Alman dental turistler açısından Türkiye'nin, Macaristan'a kıyasla daha uygun fiyatlarla dental hizmetler verebilen bir destinasyon olduğu bildirmişlerdir. Ayrıca; fiyat karşılaştırmaları ve tanıtım faaliyetlerinin yanı sıra Türkiye'nin yapmış olduğu ikili anlaşma sayılarının daha da artırılarak bu anlaşmalar çerçevesinde hedef pazarlarda daha aktif pazarlama faaliyetlerinde bulunmanın dental turizm faaliyetlerinin daha fazla gelişmesine katkı sağlayabileceğini de bildirmişlerdir.

Tanrısevdi ve Işık (2020), dental turistlerin Türkiye'yi uygun ücretlerle dental hizmetler alabilecekleri bir destinasyon olarak gördükleri sonucunu yaptıkları araştırma sonucunda paylaşmışlardır. Bu bağlamda, dental hizmetlerin uygun ücretli olması yabancı turistleri dental hizmetleri satın almaya yöneltebilmektedir. (62) Jaapar vd.,

(2017) çalışmalarında, dental turizm faaliyetlerindeki ücretlerin uygun olmasının yabancı turistlerin karar verme mekanizmasını olumlu etkilediğini ortaya koymuşlardır. (75) Daha önce yapılan çalışmalar incelendiğinde dental turistlerin diş tedavi ve bakım hizmetleri için uygun ücret tercih ettikleri görülmektedir. (76,77,78)

Alanya’da sağlık turizmi ile ilgili yapılan çalışmalara baktığımızda ise; Kaçmaz Y.Y. ve Kahveci A. ‘nın Alanya’da dental turist olarak bulunan 102 kişiye ulaşarak yapmış oldukları çalışmanın sonucunda; dental turistlerin, dental turizm deneyimlerini etkileyen “destinasyon ve dental tedavi imkanları”, “hizmet kalitesi”, “destinasyon kıyaslaması”, “destinasyon fırsatları” ve “hizmet kolaylığı” olarak beş boyutun olduğunu bildirmişlerdir. Araştırma bulgularında, dental turistlerin dental turizm faaliyetleri hakkında bilgiyi iletişim yoluyla aldıkları ve seyahatlerini bireysel olarak planladıkları belirlenmiştir. Bununla birlikte, dental turistlerin gerçekleştirmiş oldukları dental turizm faaliyetine yönelik genel memnuniyet, tavsiye etme niyeti ve tekrar gelme niyetini etkileyen boyutların “hizmet kalitesi” ve “hizmet kolaylığı” olduğunu da bildirmişlerdir. (40)

Alanya’da yapılan bir başka çalışmada; Kuzkaya Ü. ve arkadaşlarının Alanya’da bulunan ve medikal turizm faaliyeti gösteren yerlerde aktif olarak yönetici pozisyonunda çalışan 21 kişi üzerinde yapmış oldukları çalışmada; Alanya’nın bir medikal turizm destinasyonu olarak ülke ortamı, Turizm Destinasyonu, Medikal Turizm Maliyetleri ile Tesis ve Hizmetler temaları açısından hedef pazarlardaki tüketiciler tarafından tercih edilen bir destinasyon olduğu, denetim eksikliği, turizm ve medikal süreçlerin koordinasyonsuzluğu, ileri medikal operasyonlar için altyapının yetersiz olması, eksik rekabet ortamının bulunması gibi sorunların çözülmesi durumunda turist sayısı ve özellikle birim karlılık bakımından daha yüksek performansa ulaşma potansiyelinin olduğunu bildirmişlerdir. (68)

Toker B. ve Kaçmaz Y.’nin engelli bireylerin turizm deneyimlerine yönelik Alanya’da yapmış oldukları çalışmaya bakıldığında; engelli bireylerin Alanya’daki tatillerinden, destinasyon imkanlarından, konakladıkları tesislerden ve seyahat acentaları hizmetlerinden genel anlamda memnun oldukları bildirilmiş ve ayrıca çalışmada engelli turistlerin Alanya destinasyonunu tekrar ziyaret etme niyetlerinin yüksek olduğu ve tatilleri sonrası diğer engellilere destinasyonu önerebilecekleri de tespit edilmiştir. Çalışmada uygulanan faktör analizi sonucunda engelli turistlerin algı ve memnuniyetini etkileyen dört faktör belirlenmiştir. Bu faktörler “destinasyon imkanları”, “tesisin genel

özellikleri”, “tesis içi erişilebilirlik” ve “seyahat acentesi hizmetleri” olarak adlandırılmıştır. Belirlenen bu dört faktör ile “genel tatil memnuniyeti” ve “tavsiye etme niyeti” arasında anlamlı ilişki varken; “tekrar gelme niyeti” ile sadece “tesisin genel özellikleri” ve “tesis içi erişilebilirlik” faktörleri arasında ilişki olduğu görüşüne varılmıştır. (70)

Türkiye'nin sağlık turizminde artıları oldukça fazladır. Bunlar; yer aldığı coğrafya, sağlık sektöründeki hızlı gelişim, teknolojik araç gereçlerin çeşitliliği, sağlık kuruluşlarının sayısındaki artış, kaliteli sağlık hizmeti ve bu hizmet neticesinde elde edilen iyi sonuçlar, sıcakkanlılık, misafirperverlik ve farklı kültürlere hoşgörülü yaklaşımlardır. Ayrıca, Avrupa ülkelerindeki çok uzun bekleme süreleri ve sağlık hizmeti fiyatlarının yüksek olması gibi nedenlere ilave olarak bu kıtaya olan yakınlığı da Türkiye'yi bu konuda avantajlı hale getirmektedir.

Alanya'nın bir medikal turizm destinasyonu olarak ülke koşulları, turizm olanakları, medikal turizm maliyetleri ile tesis ve hizmet kalitesi açısından hedef pazarlardaki tüketiciler tarafından tercih edilen bir destinasyon olduğu genel kabul görmektedir. Bu kapsamda Alanya dental turizm alanında da rekabetçi bir destinasyon olma yolunda önemli mesafe katetmiştir. Birincil verileri elde etmek amacıyla yapılan saha araştırmasında elde edilen veri setinin analizi sonucunda dental turizm alanında faaliyet gösteren 40 klinik bulunmaktadır. Bu kliniklerin yarıya yakını 5 yaşından küçük kliniklerden oluşmaktadır ve bu da son yıllarda bir farkındalık oluştuğunu göstermektedir. Buna ek olarak, kliniklerin tamamına yakını tek merkezden meydana gelmektedir ve bununla birlikte incelenen kliniklerin yarısından çoğunun sağlık turizmi yetki belgesine sahip olması bu alandaki afilyasyon açısından önemli bir göstergedir. Ayrıca; çalışmanın diğer sonuçlarına baktığımızda da müşteri memnuniyetinin, gelişmiş teknolojinin ve düşük maliyetin gelen ve gelecek hastaları etkilediğini, çalışmaya katılan kliniklerden alınan bilgilerle, sağlık turistlerinin yerleşik yabancından ziyade özellikle Avrupa ülkelerinden Alanya'ya gelen dental turistlerin daha fazla sayıda olduğunu ve bu hastalar arasında kadın hasta nüfusunun ağırlıkta olduğunu fazlasıyla görmekteyiz. Ayrıca; bir diğer önemli verimiz de; Alanya'daki kliniklerde en fazla tercüman bulunduran dillerin İngilizce ve Rusça olduğu ve çoğunlukla da implantoloji ve estetik diş hekimliği alanlarında tedavinin tercih edildiğini söyleyebiliriz.

Dental turistlerin destinasyon tercih nedenlerini ortaya çıkarmayı amaçlayan bu çalışmanın sadece Alanya ilçesinde yürütülmüş olması, Türkiye'deki dental turizm pazarı

ile ilgili genel sonuçlara ulaşılması konusunda yeterli değildir. Önemini 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; "Sağlık Turizmi Yetki Belgesine" sahip kuruluşların sağlık turizmi pazarında rekabet gücüne erişim, pazar payını artırma, marka haline gelme gibi hedeflerini gerçekleştirebilmesi için dijital pazarlama kanalları üzerine çalışmalar yapılması ve bu kanalların geliştirilmesi önerilebilir. Sağlık turizmi yetki belgesi olan işletme sayısının artırılması tavsiye edilebilir.



KAYNAKLAR

1. İçöz, O. (2009). Sağlık Turizmi Kapsamında Medikal (Tıbbi) Turizm ve Türkiye'nin Olanakları. *Journal of Yasar University*, 4(14). 2257-2279. DOI:10.19168/jyu.17972
2. Kantar, G., & Işık, E. (2014). Türkiye’de sağlık turizmi. *Sağlık Akademisyenleri Dergisi*, 1(1), 15-20.
3. Sağlık Turizmi Nedir? <https://shgmturizmdb.saglik.gov.tr/TR-23587/saglik-turizmi-nedir.html> Tontuş, H. Ö. (2022). (Erişim tarihi:31.03.2024)
4. Temizkan, S.P. (Editör), (2015). Sağlık Turizmi. Ankara. Detay Yayıncılık ISBN: 9786059189200
5. Dünya’da Sağlık Turizmi. <https://satumer.alanya.edu.tr/saglik-turizmi-hakkinda/dunya-da-saglik-turizmi/> (Erişim tarihi: 31.03.2024)
6. Sağlık Turizmi. <http://www.saglikturizmi.org.tr/tr/saglik-turizmi/genel-bilgi> (Erişim tarihi: 02.04.2024)
7. Eriş, H. (Editör), (2020). Sağlık Turizmi. Ankara: İksad Yayınları. ISBN: 978-625-7897-36-5.
8. Tontuş, H. Ö. (2019) Satürk Sağlık Turizmi Tarihçesi. <https://www.researchgate.net/publication/334050999> (Erişim tarihi: 05.04.2024)
9. Erdoğan, M. (2018). *Kamu sağlık politikalarında yeni bir açılım sağlık turizmi: SDÜ hastanelerinde çalışan hekimlerin sağlık turizmi farkındalığı üzerine bir araştırma.* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta
10. Aydın, O. (2012). Türkiye’de alternatif bir turizm; sağlık turizmi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2012(2), 91-96.
11. Ormond, M. (2011a). Shifting Subjects of Health-Care: Placing ‘Medical Tourism’in the Context of Malaysian Domestic Health-Care Reform. *Asia Pacific Viewpoint*, 52(3), 247-259.
12. Bulut, A., & Şengül, H. (2019). Dünyada ve Türkiye’de sağlık turizmi. *Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*. ORCID: 0000 - 0001 - 7362 – 5667 ORCID:0000 - 0001 - 5745 – 0369
13. Singapur Ticaret Müşavirliği. <https://ticaret.gov.tr/> Singapur medikal sektörü ülke raporu 2020/ (Erişim tarihi: 08.02.2024)
14. Aktepe, C. (2021). Sağlık Turizminde Yeni Fırsatlar ve Türkiye’de Yerleşik Sağlık İşletmelerinin Pazarlama Çabaları. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 170–188.
15. USHAŞ Sağlık Turizmi Verileri <https://www.ushas.com.tr/saglik-turizmi-verileri/> (Erişim tarihi: 15.02.2024)
16. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) <https://www.tuik.gov.tr/Turkiye> (Erişim tarihi: 16.02.2024)
17. Sağlık Turizmi Strateji ve Hedefleri <https://www.newhealth.media/2023-turkiye-saglik-turizmi-strateji-ve-hedefleri> (Erişim tarihi: 20.02.2024)

18. Mueller, H. & Kaufmann, EL (2001). Sağlık turizmi: Özel bir sağlık turizmi segmentinin pazar analizi ve otel endüstrisi için çıkarımlar. *Tatil Pazarlaması Dergisi*, 7 (1), 5-17. DOI:10.1177/135676670100700101
19. Uluslararası Sağlık Turizmi <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuat> (Erişim tarihi: 02.03.2024)
20. Tütüncü, Ö., & Ergüven, M. H. (2013). Termal ve spa hizmetleri. T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını, (2904).
21. Stănciulescu, GC, Diaconescu, GN & Diaconescu, DM (2015). Sağlık, spa, sağlıklı yaşam turizmi. Fark ne. *Knowledge Horizons/Orizonturi Ale Cunoasterii*, 7 (3), 158-161
22. Jeotermal Enerji Araştırmaları <https://www.mta.gov.tr/v3.0/arastirmalar/jeotermal-enerji-arastirmalari> (Erişim tarihi: 09.03.2024)
23. Sağlık Turizmi <https://shgmturizmdb.saglik.gov.tr//10949/0/07pdf.pdf> (Erişim tarihi:14.03.2024)
24. Termal Mineral Springs <https://globalwellnessinstitute.org.translate.goog/what-is-wellness/thermal-mineral-springs> (Erişim tarihi:18.03.2024)
25. Solak, M. & Şeker, M. (2020) Küresel Salgın Sonrası Sağlık Turizminin Geleceği ve Türkiye'nin Önündeki Fırsatlar *Afyonkarahisar Sağlık Bilimleri Üniversitesi Türkiye Bilimler Akademisi* DOI: 10.53478/TUBA.2020.051
26. Tengilimoğlu, D. (Editör). (2013). Sağlık Turizmi. Ankara. Siyasal Kitapevi. ISBN: 9786257897365
27. Sağlık Konuları <https://www.who.int/health-topics/> (Erişim tarihi: 25.03.2024)
28. A. Kılıçlar (Editör). (2014). 15. Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı. Alanya'nın engelli turizmine ilişkin durumunun belirlenmesine yönelik bir çalışma. Ankara. Nobel Akademik Yayıncılık. ISBN: 9786051339924
29. Gürcü, M., & Tengilimoğlu, D., (2016). Health Tourism-Based Destination Marketing. Strategic Place Branding Methodologies and Theory for Tourist Attraction (pp.308-331), Pennsylvania: IGI Global: International Academic Publisher.
30. Tomasović Mrčela, N., Borovac, J. A., Vrdoljak, D., Grazio, S., Tikvica Luetić, A., & Tomek-Roksandić, S. (2015). When elders choose: Which factors could influence the decision-making among elderly in the selection of health tourism services?. *Medical hypotheses*, 85(6), 898–904. DOI: 10.1016/j.mehy.2015.09.013
31. Türkiye'nin Medikal Turizm Açısından Değerlendirilmesi ve Politika Önerileri <https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2022/08/Turkiyenin-Medikal-Turizm-Acisindan-Degerlendirilmesi-ve-Politika-Onerileri-Aysel-Binler.pdf>
32. Ataman, H., Esen, M. F., & Vatan, A. (2017). Medikal turizm kapsamında sunulan sağlık hizmetlerinde kalite ve hasta güvenliği. *Uluslararası Sağlık Yönetimi ve Stratejileri Araştırma Dergisi*, 3(1), 28-44.
33. Medikal Turizm <https://usttak.org/medikal-turizm> (Erişim tarihi: 22.03.2024)

34. Diş Sağlığı Turizmi Nedir? <https://icondanismanlik.org/dis-sagligi-turizmi-nedir> (Erişim tarihi: 25.03.2024)
35. Abanuz, A., Erdem, İ. (2023). Dental turizme genel bir bakış. *International Journal of Health Sociology*
36. Gönül, E., & İçöz, O. (2020). Dental Turistlerin Destinasyon Ziyaret Motivasyonları ve Didim Örneği. *Turizm Akademik Dergisi*, 7(1), 195-208 ORCID: 0000-0003-4668-5490, ORCID: 0000-0002-0775-1451
37. Dental Turizm Beklentileri 2024 <https://www.healthgrowthhub.com/dental-turizm-2024-beklentileri> (Erişim tarihi: 28.03.2024)
38. <https://www.dijitalsaglikajansi.com/saglik-turizminde-dis-klinigi#dis-saglik-turizminin-faydalari> (Erişim tarihi: 30.03.2024)
39. 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. DOI:10.3390/su12104320
40. Kaçmaz YY & Kahveci A. Dental Turistlerin Dental Turizm Deneyimlerine Yönelik bir Araştırma: Alanya Örneği (2016), *Uluslararası Sosyal Araştırma Dergisi*, 9(43), 1900
41. Dental Turizm Nedir? Nasıl Yapılır? <https://currentworks.com.tr/dental-turizm-nedir-nasil-yapilir> (Erişim tarihi: 02.04.2024)
42. Aşçı, S.K. (2014) Endodonti. İstanbul. Quintessence Yayıncılık. ISBN: 9786058545014
43. Endodonti Akademik Birimler <https://dis.omu.edu.tr/tr/akademik/akademik-birimler/endodonti> (Erişim tarihi: 05.04.2024)
44. Endodonti Nedir? <https://turkendodontiderneği.org/page.aspx?menu> (Erişim tarihi: 10.04.2024)
45. Ankara Diş Hekimleri Odası <https://www.ado.org.tr/hasta-bilgilendirme?gdprAccept>. (Erişim tarihi: 15.04.2024)
46. Özdiler, E. (Editör) (2015). Ortodonti. Ankara. Gümüş Kitapevi. ISBN: 978-6056570407
47. Ortodontik Tedavi <https://tod.org.tr/ortodontik-tedavi-ne-kadar-surer/> (Erişim tarihi: 17.04.2024)
48. Çocuk Diş Hekimliği <https://dhf.alanya.edu.tr/anabilim-dallari/cocuk-dis-hekimligi-ad/> (Erişim tarihi: 21.04.2024)
49. Özenen, Ö, D., (Editör) (2020). Pedodonti Akıl Notları. Ankara. Güneş Tıp Kitapevleri ISBN: 9789752777835
50. İmplantoloji <https://tr.wikipedia.org/wiki/%C4%B0implantoloji> (Erişim tarihi: 24.04.2024)
51. Kartal, Y.E. (2021) *Socket-Shield Tekniği Nedir, Uygulama Alanları, Avantaj ve Dezavantajları Nelerdir, implantolojideki Önemi Nedir?* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi) İstanbul Üniversitesi Diş Hekimliği Fakültesi, Oral İmplantoloji Ana Bilim Dalı, İstanbul

52. Atala, M.H., Ustaoglu, G., & Çetin, H. (2019) *Anadolu Kliniği Tıp Bilimleri Dergisi* Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Diş Hekimliği Fakültesi, Protetik Diş Tedavisi AD, Bolu, Türkiye Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Diş Hekimliği Fakültesi, Periodontoloji AD Dental İmplant Tedavisinde Başarı Faktörlerinin Değerlendirilmesi DOI: 10.21673/anadoluklin.466020

53. Neves, J. B. (2014). İmplantoloji. İstanbul. Quintessence Yayıncılık. ISBN: 9786058545021

54. Polat, M. E., Saruhan, N., & Gojayeva, G. (2019). Dental İmplant Uygulanan Hastaların Demografik Olarak Değerlendirilmesi. *Journal of Biotechnology and Strategic Health Research*, 3(2), 85-90.

55. Ayrancı, A. B. (2012). *Periodontal hastalık nedeniyle kaybedilen dişlerin tüm diş kayıpları içerisindeki oranının saptanması*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

56. Şen, D. Ö., Çayır, İ., Yarkac, F. U., & Eroğlu, Z. T. Periodontoloji Kliniğine Başvuran Hastaların Periodontal Durumlarının, Sistemik Hastalıklarının ve Kişisel Alışkanlıklarının Değerlendirilmesi. *Necmettin Erbakan Üniversitesi Diş Hekimliği Dergisi*, 5(1), 10-18.

57. Altındal, D., Aydınıyurt, H. Ş., Eskin, K., Alkhatib, M., & Yalçın, D. K. (2022). Periodontoloji Kliniğine Başvuran Hastalarının Mevcut Periodontal Durumlarının Risk Faktörleri ile İlişkisinin Değerlendirilmesi. *Van Diş Hekimliği Dergisi*, 3(1), 1-11.

58. Ağız ve Çene Cerrahisi https://dishekimlik.akdeniz.edu.tr/tr/agiz_dis_ve_cene_cerrahisi-5547 (Erişim tarihi: 30.04.2024)

59. Çankaya, F. (2019). *Estetik diş hekimliği ve estetik, plastik ve rekonstrüktif cerrahide hekimin hukukî sorumluluğu*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Medipol Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

60. Aktan, E., & Şen, N. (2023). Diş Hekimliğinde Dijital Gülüş Tasarımı Uygulamaları. *ADO Klinik Bilimler Dergisi*, 12(3), 474-479.

61. Dental Turizm Beklentileri 2024 <https://www.healthgrowthhub.com/dental-turizm-2024-beklentileri> (Erişim tarihi: 02.05.2024)

62. Tanrısevdi, A., & Isık, 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.

63. Sağlık Turizmi ve Diş Hekimliği Hizmetlerine Etkileri https://www.tdb.org.tr/tdb/MSS_Calisma_Grubu_Raporlari/2007-Saglik_Turizmi_ve_Dishekimligi_Hizmetlerine_Etkileri.pdf (Erişim tarihi: 04.05.2024)

64. Işık, C. (2019). *Bir hedef pazar seçeneği olarak yerleşik yabancıların dental turizm kapsamındaki potansiyeli: Kuşadası IDC örneği* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi) Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü. Aydın

65. Dental Turizm <https://dentalmerkez.com.tr/dental-turizm/> (Erişim tarihi: 06.05.2024)

66. Sağlık Turizmi <https://www.springhealthtravel.com/saglik-turizmi/> (Erişim tarihi: 06.05.2024)

67. Büyüksahin, M. (2021). *Alanya'da ekolojik çevrenin medikal ve rehabilitasyon turizmi sürdürülebilirliği üzerine etkisi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Sağlık Turizmi Anabilim Dalı, Alanya
68. Kuzkaya, Ü., Işık, F., & Sözen, M. E. (2023). Sektörel paydaşlar perspektifinden Alanya'da medikal turizm. *Uluslararası Ekonomi Siyaset İnsan ve Toplum Bilimleri Dergisi*, 6(4), 236-250. DOI: 10.59445/ijephss.1340238
69. Kozak, M. A., Acar, D., & Zencir, E. (2019). Üçüncü yaş turizminin geliştirilmesinde yaşlı dostu şehir (YDŞ) konsepti. *Turizm Akademik Dergisi*, 6(2), 99-114.
70. Toker, B., & Kaçmaz, Y. (2015). Engelli bireylerin Turizm Deneyimlerine Yönelik Bir Araştırma: Alanya Örneği. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(2), 235-257. DOI:10.16953/deusbed.82688
71. Engelsiz Park ve Yaşam Merkezi <https://tourismforall.org.tr/Sayfa-Wide/EngelsizParkveYasamMerkezi/26> (Erişim tarihi: 09.05.2024)
72. Özel Ağız ve Diş Sağlığı Merkezleri [https://www.antalyasm.gov.tr/ozel-agiz-ve-dis-sagligi-merkezleri](https://www.antalyasm.gov.tr/ozel-agiz-ve-dis-sagligi-merkezleri/tum-ozel-agiz-ve-dis-sagligi-merkezleri) (Erişim tarihi: 04.05.2024)
73. Yıldırım, A. (1999). Nitel araştırma yöntemlerinin temel özellikleri ve eğitim araştırmalarındaki yeri ve önemi. *Eğitim ve Bilim*, 23(112).
74. 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. DOI:10.30783/nevsosbilen.1281433
75. Jaapar, M., Musa, G., Moghavvemi, S., & Saub, R. (2017). Dental tourism: Examining tourist profiles, motivation and satisfaction. *Tourism Management*, 61, 538-552. DOI: 10.1016/j.tourman.2017.02.023
76. Conti, A., Delbon, P., Laffranchi, L., & Paganelli, C. (2014). What about the dentist-patient relationship in dental tourism?. *Journal of Medical Ethics*, 40(3), 209-210. DOI:10.1136/medethics-2013-101415
77. Hanefeld, J., Lunt, N., Smith, R., & Horsfall, D. (2015). Why do medical tourists travel to where they do? The role of networks in determining medical travel. *Social Science & Medicine*, 124, 356-363. DOI: 10.1016/j.socscimed.2014.05.016
78. Badri, S. A., & Yarmohamadi, N. (2022). A Game Theory-Based Model for Dental Centers in a Competitive Market of Dental Tourism under Government Intervention. *Journal of Applied Research on Industrial Engineering*, 9(1), 78-94. DOI:10.22105/jarie.2021.300196.1370

EKLER

EK-1: Anket Formu

Sayın Katılımcı,

Bu anket formu, Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi bünyesinde yürütülen Lisansüstü Eğitim Enstitüsü kapsamında hazırlanan bir yüksek lisans tez çalışmasıdır.

Araştırma, Sağlık Turizmi Kapsamında Dental Turizmin Alanya bölgesindeki Pazar Payının Araştırılması ile ilgilidir. Aşağıda kurumsal olarak sizin Dental Turizm ile ilgili sektördeki durumu öğrenmeye yönelik sorular bulunmaktadır. Sorulara vereceğiniz cevaplar kesinlikle gizli tutulacak, Alanya bölgesindeki durumun tespiti amacıyla değerlendirilecektir. Görüşlerinizi samimi olarak belirtmeniz araştırmanın gerçekçi sonuçlara ulaşmasında faydalı olacaktır. Katkılarınız için teşekkür ederiz.

**Danışman Doç. Dr. Seda ARSLAN
Tez Yazarı: Yeşim ULU**

SORULAR

1. Kliniğinizdeki pozisyonunuz nedir?

- A) Müdür/Müdür Yardımcısı
- B) Yönetici/Ortak
- C) Diş Hekimi
- D) Muhasebe
- E) Diğer

2.Eğitim durumunuz nedir?

- A) İlköğretim
- B) Ortaöğretim
- C)Ön lisans
- D)Lisans
- E) Lisansüstü

3.Kliniğiniz kaç yıldır faaliyet göstermektedir?

- A)0-5 yıl
- B)6-10 yıl
- C)11-15 yıl
- D)16-20 yıl

4.Kliniğiniz kaç yıldır Sağlık turizmi belgesine sahiptir?

- A)0-3 yıl
- B)4-6 yıl
- C)7-10 yıl
- D) Diğer
- E) Sağlık turizmi belgesi yok

5.Kliniğiniz aylık kaç kişilik hasta kapasitesine sahiptir?

- A)0-10
- B)11-20
- C)21-30
- D)31 ve üzeri

6.Kliniğinizin şubesi var mıdır?

- A) Var
- B) Yok

7.Var ise kaç tane şubeniz vardır?

- A)1
- B)2
- C)3 ve üzeri

8.Kliniğinizin teknoloji düzeyi sektördeki teknoloji düzeyine göre ne durumdadır?

- A) Geri
- B) Aynı düzey
- C) İleri

9.Kliniğinizin kalite belgesi var mıdır?

- A) Var
- B) Yok

10.Tanıtım faaliyetleri kapsamında herhangi bir reklam bütçesi ayırıyor musunuz?

- A) Evet
- B) Hayır

11. Eğer reklam veriyorsanız hangi kanallar üzerinden reklam vermektесiniz?

Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz.

- A) Sosyal medya aracılığı ile
- B) Yerel ve ulusal basın aracılığı ile
- C)Billboardlar aracılığı ile
- D) Diğer

12. Hastalarınız size hangi kanallardan ulaşabilmektedir?

Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz.

- A) Sağlık turizmi aracı kuruluşları ile
- B) Hastanın kendi imkanları ile
- C) Müşteri memnuniyeti sonuçları ile
- D) Diğer

13.Kliniğimize gelen yabancı uyruklu hastalarınız genelde yurtdışından mı geliyor yoksa Alanya'da mı ikamet ediyor?

- A) Yurtdışı
- B) Alanya
- C) Hiçbiri

14. Kliniğimizi ziyaret eden hastalar en çok hangi bölge/ülkeden gelmektedir?

- A) Asya

- B) Avrupa
- C)Türk Cumhuriyetleri
- D) ABD
- E) Diğer

15. Kliniğinizi en çok ziyaret eden hasta cinsiyeti nedir?

- A) Erkek
- B) Kadın

16. Kliniğinizi ziyaret eden hastaların yaş aralıkları nedir?

- A) Çocuk hasta
- B)10-20
- C)21-30
- D)31-40
- E)41-50
- F)50 ve üzeri

17. Kliniğinizde en çok tercih edilen tedavi yöntemleri nelerdir?

(Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)

- A) Endodonti
- B)Periodontoloji
- C)Ağız ve Çene Cerrahisi
- D)İmplantoloji
- E) Estetik diş hekimliği
- F) Ortodonti
- G) Pedodonti
- H) Diğer

18.Hastalarınız hangi sağlık sigortaları kapsamında kliniğinize başvurmaktadır?

- A) Özel sağlık sigortası ile
- B) Seyahat sigortası ile
- C) Kendi imkanları ile
- D)Diğer

19. Kliniğinize gelen hastalar için hangi ödeme yöntemlerini sunmaktasınız?

(Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)

- A) Havale/EFT
- B) Kredi Kartı
- C)Nakit
- D)Avans (n deme)
- E) Diğer (ek, Senet)

20.Sizce dental turizm, sağlık turizmi çeşitlerine göre ön planda mıdır?

- A) Evet
- B) Hayır

21. Kliniğinizi rakiplerinizden ayıran en önemli özelliğiniz nedir?

- A) Fiyatlar (rakiplerden uygun olması)
- B) Hizmet Kalitesi
- C)Hekimlerin tanınırlığı (Deneyimleri)
- D)Müşteri Memnuniyeti
- E) Diğer

22. Kliniğinize gelen hastaların tedavi sürecini takip ederken hangi iletişim kanallarını kullanmaktasınız?

- A) Sesli Telefon
- B) Mail
- C)Mesaj
- D)Klinikte yüz yüze
- E) Diğer

23.Kliniğinizde yabancı uyruklu hastalar için tercüman bulunduruyor musunuz?

Eğer cevabınız hayır ise 25. soruya geçiniz. Ancak cevabınız evet ise 24. Soruyu cevaplamanız gerekir.

- A) Evet
- B) Hayır

24.Eğer cevabınız evet ise hangi dillerde tercüman seçiyorsunuz?

(Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)

- A) İngilizce
- B) Almanca
- C) Rusça
- D) Arapça
- E) Diğer

25.Eğer cevabınız hayır ise bunu hangi yollarla çözüyorsunuz?

- A) Diş hekimi aracılığı ile
- B) Dışardan tercüman desteği ile
- C) Diğer

26.

Yeni bir hizmet (tedavi) sunumuna giderken aşağıdaki faktörlerin önem derecelerini belirtiniz.	Hiç	Az	Orta	Yüksek	Çok Yüksek
Pazar Araştırması					
Maliyet Hesaplaması					
Sunulacak Hizmetlerin Teknolojik Boyutu					
Müşteri Memnuniyeti					
Kararlılık					
Zaman					
Kalite					

EK-2: Etik Kurul Kararı

Evrak Tarih ve Sayısı: 13.11.2023-152761

T.C.

ALANYA ALAADDİN KEYKUBAT ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ

Girişimsel Olmayan Klinik Araştırmalar Etik Kurul Kararı

TOPLANTI SAYISI	KARAR SAYISI	KARAR TARİHİ
06	09	07.11.2023

Karar Numarası: 2023/02

Doç. Dr. Seda AVNİOĞLU'nun 18.10.2023 tarihli ve 149515 E. No'lu "Sağlık Turizmi Kapsamında Dental Turizm Pazarında Alanya Örneği" konulu başvurusu.

Doç. Dr. Seda AVNİOĞLU'nun 18.10.2023 tarihli ve 149515 E. No'lu "Sağlık Turizmi Kapsamında Dental Turizm Pazarında Alanya Örneği" konulu başvurusunun fikri, hukuki ve telif hakları bakımından metot ve ölçeğine ilişkin sorumluluğun başvurucuya ait olmak üzere araştırma süresince uygulanmasının etik olarak uygun olduğuna oybirliği ile karar verilmiştir. **07.11.2023**

(e-imzalıdır)

Doç. Dr. Saliha ÖZPINAR
Kurul Başkanı

(e-imzalıdır)

Doç. Dr. Figen ALP YILMAZ
Kurul Başkan YRD.

(e-imzalıdır)

Doç. Dr. Meltem SOYLU
Üye

(e-imzalıdır)

Dr Öğr. Üyesi Banu YILDIZ
Üye

(Mazeretli)

Doç. Dr. İshak Suat ÖVEY
Üye

(e-imzalıdır)

Doç. Dr. Akan BAYRAKDAR
Üye

(Mazeretli)

Av. Oya DEMİR
Üye

(e-imzalıdır)

Doç. Dr. Ayşe ERDOĞAN
Üye

(Mazeretli)

Doç. Dr. Mehmet Kemal TÜMER
Üye

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır..

ÖZGEÇMİŞ

Adı Soyadı: Yeşim ULU

Eğitim ve Mesleki Geçmişi:

- **Yüksek Lisans:**
 - **2022-2024:** Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi, Sağlık Turizmi Anabilim Dalı, Sağlık Turizmi Yüksek Lisans Programı
- **Lisans:**
 - **2001-2005:** Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, Kimya Bölümü
- **Lise:**
 - **1996-1999:** Adana Ahmet Kurttepelî Lisesi

Profesyonel Deneyim:

- **Mayıs 2009 - Aralık 2019:** AR-GE Uzmanı, Kalite Kontrol Uzmanı, Üretim Müdür Yardımcısı, YAŞAR GIDA (MADO)
- **Nisan 2007 - Eylül 2008:** Laboratuvar Şefi, SİVTEKS TEKSTİL A.Ş.

Yabancı Dil Bilgisi:

- **İngilizce:** Başlangıç